

MEKANISME PEMBENTUKAN DAN KEKHUSUSAN KOMUNITAS MERCEDES BENZ TIGER JAWA TIMUR

Cahyani Isniawati Chandra

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya

icha.chandra1982@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk menggali informasi-informasi secara mendalam mengenai mekanisme terbentuknya dan kekhususan dari komunitas merek Mercedes Benz Tiger Club Jawa Timur (MTC Jatim) serta menggunakan temuan-temuan penelitian dari Muniz dan O’Guinn (2001) sebagai panduan penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah *ethnography* yang menempatkan peneliti sebagai bagian dari komunitas merek tersebut. Sebanyak sepuluh informan yang terdiri dari pengurus dan anggota aktif akan diwawancarai. Setelah diperoleh hasil wawancara kemudian dilakukan serangkaian proses untuk menetapkan kategori sentral (*selective coding*), diantaranya adalah transkrip wawancara, *open coding*, dan *axial coding*. Melalui penelitian ini, diketahui bahwa komunitas merek yang mulai dirintis sejak tahun 2003 dan disahkan pada tahun 2005 ini, *consciousness of kind* atau *sense of belonging* para anggotanya masih kurang, baik terhadap Tiger maupun komunitas. Hal ini bisa diketahui dari perbandingan antara jumlah anggota yang terdaftar dengan jumlah anggota yang aktif mengikuti kegiatan-kegiatan komunitas. Kurang dari setengah jumlah total anggota terdaftar yang aktif mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan maupun diikuti oleh MTC Jatim. Selain itu, juga banyak anggota yang tidak lagi memperpanjang keanggotaannya dengan alasan Tiger terjual. Jika benar-benar mencintai Tiger maupun MTC Jatim, anggota tersebut pasti segera mencari Tiger baru dan tidak sampai keluar dari MTC Jatim. Oleh karena MTC Jatim pusat pembentukannya ada pada merek Mercedes Benz Tiger, maka lemahnya *consciousness of kind* (*sense of belonging*) ini dapat diperkuat dengan sering mengadakan *touring*, *show*, ataupun kegiatan lainnya yang bisa menumbuhkan kebanggaan pemilik terhadap Tigernya. *Consciousness of kind* (*sense of belonging*) juga bisa diperkuat dengan menciptakan suasana internal yang nyaman, tidak ada gap atau kelompok, dan juga tidak ada yang bersikap seolah-olah dirinya adalah bos. Ragam usia dan latar belakang para anggota MTC Jatim sangat bervariasi, sehingga untuk bisa ‘menyentuh’ hati seluruh anggotanya perlu pendekatan yang berbeda-beda. **Kata kunci:** Komunitas Merek, Etnografi.

Abstract—This study aims to explore in depth information about the formation mechanism and particularities of brand community of Mercedes-Benz Tiger Club (MTC) in East Java, Indonesia and also use the research findings from Muniz and O’Guinn (2001) as a guidance to do this study. As ethnography used as a data collection method, the researcher placed as a part of the brand community. As much as ten informants include officers and active members will be interviewed, then the results will be conducted a series of processes to establish a central categories (*selective coding*) include interview transcriptions, *open coding*, and *axial coding*. Through this study, it is known that MTC (East Java, Indonesia) lacks of *consciousness of kind* or *sense of belonging* of the members, both to the Tiger and the community itself. This can be seen from the comparison between the number of

registered members by the number of active members to follow the activities of the community. Less than half of the total number of active registered members follow the activities organized and attended by this MTC. In addition, too many members who are no longer extend its membership on the grounds Tiger sold. If you really love Tiger and MTC, the members would soon seek new Tiger and not to come out of the community. Therefore this MTC formation center is on the brand Mercedes-Benz Tiger, the lack of consciousness of kind (sense of belonging) can be strengthened by holding frequent touring, shows, or other activities that could foster the pride of the owner of the Tiger. Consciousness of kind (sense of belonging) can also be strengthened by creating an internal atmosphere that is comfortable, there is no gap or group, and no one behaved as if he was the boss. A variety of ages and backgrounds MTC (East Java, Indonesia) members vary widely, so as to be able to 'touch' the hearts of all its members need different approaches.

Keywords: Brand Community, Ethnography.

PENDAHULUAN

Kondisi persaingan bisnis yang semakin kompleks menghadapkan konsumen pada lebih banyak pilihan produk, sehingga waktu yang tersedia untuk memilih produk yang diinginkan semakin sedikit. Hal ini menuntut pemasar untuk senantiasa menawarkan nilai tambah yang unik bagi pelanggan, sehingga tidak mudah ditiru oleh pesaing. Untuk memperkuat merek dan menciptakan loyalitas konsumen terhadap merek, saat ini banyak badan usaha yang memanfaatkan keberadaan komunitas.

Komunitas yang terbentuk berdasarkan merek disebut sebagai komunitas merek (*brand community*). Penelitian yang sangat mendalam dan rinci tentang komunitas merek pertama kali dilakukan oleh Muniz dan O'Guinn (2001) di sebuah lingkungan perumahan atau *Fairlawn* di Midwestern, Bloomington dengan jumlah populasi 115.000 jiwa. Muniz dan O'Guinn (2001) berupaya untuk mengembangkan gagasan teoretis tentang komunitas merek, mencari bukti-bukti empiris yang menyatakan eksistensi dari komunitas merek, serta menemukan tata krama atau aturan-aturan (*manners*), mekanisme, dan kekhususan dari komunitas merek.

Muniz dan O'Guinn (2001) menemukan adanya eksistensi dari komunitas-komunitas merek di dalam *Fairlawn* yang didominasi oleh komunitas Saab, Apple Macintosh, dan Ford Bronco, sedangkan sisanya adalah komunitas Michelin (*tires*), Zippo (*lighters*), Coca-cola, Star Trek, dan X-Files. Pada komunitas-komunitas merek tersebut muncul tiga penanda penting komunitas, yaitu *consciousness of kind*, *rituals*

and traditions, dan *moral responsibility* yang diekspresikan secara berbeda, sehingga menjadikannya sebagai sesuatu yang khusus dari sebuah komunitas merek.

Penelitian yang akan dilakukan ini merujuk pada penelitian Muniz dan O'Guinn (2001) untuk melakukan eksplorasi mengenai mekanisme terbentuknya dan kekhususan dari komunitas merek Mercedes Benz Tiger Jawa Timur (MTC Jatim) dari sudut pandang para anggotanya yang ada di Surabaya. Mulanya, komunitas merek Mercedes Benz Tiger (MTC), berpusat di Jakarta dan memiliki anggota-anggota yang tersebar di seluruh Indonesia. Komunitas merek ini berada dibawah naungan organisasi besar Mercedes Benz Indonesia (MB Ina) dan telah mendapatkan pengakuan serta sertifikasi dari Mercedes Benz Classic Center Stuttgart Jerman (www.mtc-w123ina.com, diunduh 15 Oktober 2010).

Di Indonesia ada dua komunitas besar yang dibentuk oleh para pemilik mobil Mercedes Benz Tiger, yaitu Familie der W123 (Bandung) dan MTC (Jakarta). Familie der W123 eksis lebih dulu dibandingkan MTC, tetapi MTC yang bisa mendapatkan pengakuan dan sertifikasi sebagai satu-satunya komunitas Mercedes Benz untuk tipe W123 di Indonesia dari Mercedes Benz Classic Center Stuttgart Jerman. Dengan demikian, tidak ada lagi kesempatan bagi Familie der W123 untuk mendapatkan pengakuan langsung dari Mercedes Benz Classic Center Stuttgart Jerman, melainkan harus bergabung dengan MTC. Hingga saat ini Familie der W123 tetap bersikeras tidak mau bergabung dengan MTC. Meski demikian, MTC tetap menghargai keputusan Familie der W123 dan berkomitmen untuk tidak membuka cabang MTC (dikenal dengan istilah *chapter*) di kota Bandung (sumber: wawancara dengan Bapak Arry Devianto, Ketua Umum MTC Jatim, tanggal 17 Januari 2011).

MTC yang dibentuk oleh Denny Agust Putranto dan Fernando Reza di daerah Jakarta Selatan ini mulai eksis di Indonesia pada tanggal 12 Maret 1999 (dibaca 12-3, sesuai dengan tipe mobil W123). Komunitas ini berkembang semakin luas dan mampu menjadi *trend setter* bagi berdirinya komunitas-komunitas Mercedes Benz lainnya, seperti komunitas Mercedes Benz Boxer Club, Mercedes Benz Jeep Club, Mercedes Benz C-Class Club, dan Mercedes Benz New Eyes Club. Pada tahun 2005, MTC membuat sebuah situs resmi, yaitu www.mtc-w123ina.com. Situs ini telah menjadi *the most common searching* di Google dengan kata kunci "W123" (www.mtc-w123ina.com, diunduh 15 Oktober 2010).

Sebelum menjabat sebagai ketua umum MTC Jatim, Bapak Arry Devianto memiliki keinginan kuat untuk membentuk komunitas para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya. Hanya saja, beliau masih belum memiliki gambaran visi yang jelas saat itu. Beliau memutuskan untuk mempelajari seluk beluk MTC dan memakan waktu kurang lebih selama dua tahun. Beliau melihat bahwa MTC adalah organisasi yang rapi, solid, kekeluargaannya sangat kental, dan manajemen timnya sangat baik. Tidak heran bila Mercedes Benz Classic Center Stuttgart Jerman sampai mau memberikan pengakuan dan sertifikasi kepada MTC. Beliau menawarkan kepada teman-temannya untuk bergabung menjadi anggota komunitas yang sedang dirintisnya itu (sumber: wawancara dengan Bapak Arry Devianto, Ketua Umum MTC Jatim, tanggal 17 Januari 2011).

Perjuangan dan kerja keras Bapak Arry Devianto dalam merintis dan mengembangkan komunitas kecil bagi para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya hingga diakui sebagai MTC Regional Jawa Timur inilah yang mendorong peneliti ingin mempelajari lebih lanjut tentang komunitas merek tersebut. Penggalan informasi secara mendalam akan dilakukan kepada para anggota komunitas tersebut yang ada di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah eksploratori, karena bertujuan menggali informasi-informasi secara mendalam untuk mengetahui mekanisme pembentukan dan kekhususan dari MTC Jatim. Pendekatan yang sesuai untuk penelitian ini adalah kualitatif dengan metode etnografi, dimana peneliti bisa mendapatkan pemahaman secara mendalam dan menyeluruh untuk menghasilkan temuan-temuan penting seputar mekanisme pembentukan dan kekhususan MTC Jatim dalam konteks waktu serta situasi tertentu.

Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kegiatan wawancara dengan para narasumber dan observasi lapangan. Data-data yang diperoleh kemudian diverifikasi dengan menggunakan analisis dokumen-dokumen tertulis MTC Jatim. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dimana sampel ditentukan sendiri oleh peneliti berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Sampel yang dipilih untuk selanjutnya disebut

sebagai informan. Peneliti telah menetapkan siapa saja yang akan dijadikan informan dalam penelitian ini, yaitu pendiri MTC Jatim, pengurus, dan anggota aktif. Jumlah sampel atau informan dalam penelitian ini tidak terlalu banyak, disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi lapangan, dan analisis dokumen. Untuk metode wawancara, digunakan *semi-structured interview*, dimana peneliti berbekal pertanyaan-pertanyaan inti yang telah disiapkan sebelumnya sebagai panduan wawancara yang dapat dikembangkan sesuai dengan kondisi di lapangan ketika melakukan kegiatan wawancara dengan tiap-tiap informan. Kegiatan wawancara yang dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa USB *voice recorder* kepada tiap-tiap informan dilakukan dalam suasana informal serta dalam waktu dan tempat yang berbeda agar penggalian informasi dapat dilakukan secara maksimal.

Hal-hal yang akan ditanyakan kepada para informan berkaitan dengan mekanisme pembentukan MTC Jatim terdiri dari profil MTC Jatim dan informan itu sendiri. Bagaimana awal mula MTC Jatim terbentuk dan bagaimana informan tersebut mulai mengenal, bergabung, hingga akhirnya menyediakan diri untuk memberikan kontribusi terbaik bagi perkembangan MTC Jatim adalah pertanyaan-pertanyaan inti seputar mekanisme pembentukan. Berkaitan dengan kekhususan MTC Jatim, pertanyaan-pertanyaan yang dapat diajukan adalah seputar *consciousness of kind*, *rituals and traditions*, dan *moral responsibility*. Untuk *consciousness of kind* dapat diajukan pertanyaan mengenai *legitimacy* dan *oppositional brand loyalty*. Untuk *rituals and traditions* dapat diajukan pertanyaan tentang *celebrating the history of the brand* dan *sharing brand stories*. Sementara untuk *moral responsibility*, peneliti dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan *integrating and retaining members* dan *assisting in the use of the brand*.

Untuk metode observasi, digunakan *participant observation*, dimana peneliti berbaur dengan anggota MTC Jatim dan memposisikan diri sebagai bagian dari komunitas merek tersebut. Peneliti tidak memberikan batasan bahwa dirinya adalah seorang peneliti yang hendak menggali data di lingkungan tersebut. Dengan demikian, peneliti mendapatkan keuntungan berupa kemudahan melakukan kegiatan wawancara dengan para informan yang sama sekali tidak dikenal sebelumnya, karena

telah terjadi pembauran dengan para anggota MTC Jatim ketika peneliti menghadiri kegiatan-kegiatan MTC Jatim. Selain itu, juga telah terbangun rasa percaya dari para informan untuk menyampaikan informasi-informasi berharga yang dibutuhkan oleh peneliti.

Data-data yang diperoleh baik dari wawancara maupun observasi, diverifikasi dengan menggunakan analisis dokumen-dokumen tertulis MTC Jatim. Analisis dokumen diawali dengan kompilasi dokumen-dokumen penting kemudian dipilih berdasarkan tingkat relevansinya terhadap penelitian. Selanjutnya, dokumen-dokumen yang sudah dipilih tadi dianalisis secara mendalam untuk memahami pesan yang terkandung didalamnya.

Pada saat pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumen, ada kemungkinan terjadi bias yang dapat menyebabkan hasil penelitian tidak bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Untuk meminimalisasi bias, Efferin (2010) menyatakan perlu dilakukan triangulasi, sehingga data-data yang diperoleh bisa memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Triangulasi dapat meningkatkan sensitivitas peneliti untuk memaknai petunjuk-petunjuk tersamar. Triangulasi dalam penelitian ini terdiri dari penggunaan sumber data, waktu, dan metode pengumpulan data yang berbeda yang dikombinasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi antar metode, dimana data-data yang diperoleh dari satu metode dengan metode-metode pengumpulan data lainnya saling dibandingkan. Proses perbandingan ini memungkinkan peneliti untuk mengkonfirmasi apakah yang dikatakan (wawancara) sesuai dengan yang dilakukan (observasi) dan ditulis (analisis dokumen).

Tahap selanjutnya adalah pengolahan data yang meliputi transkripsi, analisis mikro yang terdiri dari *open coding* dan *axial coding*, serta penetapan kategori sentral (*selective coding*). Transkripsi adalah proses menuangkan data yang diperoleh kedalam bentuk salinan tertulis atau *file* computer untuk memudahkan proses analisis data, seperti memberi tanda (*highlight*), membuat catatan kaki (*footnote*) atau keterangan tambahan lainnya, dan menyalin atau memindahkan data ke kelompok data yang lain dalam tahap analisis mikro yang dilakukan secara rinci, baris demi baris dari data yang telah ditranskripsikan untuk memperoleh kategori-kategori awal dan hubungan antar kategori.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan selama proses *open coding* meliputi pengelompokan data berdasarkan kemiripan propertinya, pembuatan abstraksi (deskripsi konsep), dan pemberian label atau nama untuk konsep yang dibuat. Sementara untuk tahap *axial coding*, peneliti membuat pernyataan relasional sementara berupa dugaan atau hipotesis tentang kemungkinan hubungan yang terjadi antar konsep/kategori. Hubungan tersebut dapat berupa hubungan kausal (sebab dan akibat), hubungan intervensi (pengaruh konsep ketiga yang menguatkan atau mengubah hubungan kausal dua konsep lainnya), dan hubungan kontekstual (hubungan kausal dan intervensi yang hanya terjadi pada waktu dan tempat tertentu).

Tahap pengolahan data selanjutnya adalah penetapan kategori sentral (*selective coding*). Kategori sentral merepresentasikan jawaban dari pertanyaan penelitian yang terdiri dari temuan-temuan dari analisis-analisis yang telah dilakukan yang dipadatkan dan terintegrasi menjadi sebuah model atau teori baru.

TEMUAN DAN ANALISIS KUALITATIF

Profil Informan

Informan-informan yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 1 orang pendiri yang sekaligus menjabat sebagai ketua umum, 4 orang pengurus, dan 5 orang anggota aktif dengan profil sebagaimana ditampilkan pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Profil Informan

| No. | Nama | Usia | Pekerjaan | Domisili | Posisi |
|-----|-------------------|-------|-----------------|----------|------------------------|
| 1 | Arry Devianto | 57 th | Wiraswasta | Surabaya | Pendiri dan Ketua umum |
| 2 | Kartika | 35 th | Kontraktor | Surabaya | Anggota Aktif |
| 3 | Anggara | 36 th | Wiraswasta | Surabaya | Anggota Aktif |
| 4 | Eko Hapri | 34 th | Mekanik | Surabaya | Anggota Aktif |
| 5 | Budi Susmiranto | 34 th | Wiraswasta | Surabaya | Pengurus |
| 6 | Robert | 33 th | Karyawan Swasta | Surabaya | Pengurus |
| 7 | Yudha Raditya | 33 th | Wiraswasta | Surabaya | Pengurus |
| 8 | Demmy Primadianto | 36 th | Karyawan Swasta | Surabaya | Pengurus |
| 9 | Faisal | 27 th | Wiraswasta | Surabaya | Anggota Aktif |
| 10 | Puji | 52 th | Karyawan Swasta | Surabaya | Anggota Aktif |

Kegiatan wawancara dengan informan pertama dilakukan pada tanggal 17 Januari 2011, informan kedua pada tanggal 2 Agustus 2011, informan ketiga pada tanggal 27 Agustus 2011, informan keempat pada tanggal 23 September 2011, informan kelima pada tanggal 27 November 2011, informan keenam pada tanggal 10

Desember 2011, informan ketujuh dan kedelapan pada tanggal 17 Desember 2011, serta informan kesembilan dan kesepuluh pada tanggal 18 Desember 2011. Masing-masing diwawancarai di tempat yang berbeda.

Mekanisme Pembentukan

Komunitas merek yang dikenal dengan singkatan MTC Jatim ini dibentuk oleh para pemilik dan pecinta atau penggemar Tiger di Surabaya. Keterangan tersebut diperoleh dari pernyataan informan kedelapan yang diperkuat dengan pernyataan tiga informan lainnya, yaitu informan kedua, ketiga, dan kesembilan. Pernyataan informan kedelapan tersebut dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Demmy: MTC Jatim dirintis oleh 4 orang para pemilik dan penggemar Tiger. Saat itu, wadah atau komunitas untuk para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya belum ada.

Pak Demmy selaku informan kedelapan juga menyatakan bahwa dirinya termasuk dalam 4 orang yang merintis atau membentuk komunitas untuk para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya yang saat ini dikenal dengan singkatan MTC Jatim. Pernyataan serupa juga disampaikan oleh informan keempat, yaitu Pak Eko yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Eko: Bersama dengan Pak Arry menghadiri acara sarasehan se-Indonesia pada awal tahun 2003 di Solo. Saat itu dihadapkan pada 2 pilihan, bergabung dengan MTC Jakarta atau W123 Bandung. Setelah Pak Arry cari-cari informasi, akhirnya memutuskan bergabung dengan MTC Jakarta, karena sudah dapat pengakuan dari Stuttgart. Tahun 2003 itu, komunitas yang semula diberi nama MBTC, yaitu Mercedes Benz Tiger Club ini mulai dirintis oleh Pak Arry bersama 7 orang pecinta Tiger lainnya dan diresmikan pada tahun 2005.

Dari keterangan yang disampaikan oleh Pak Eko tersebut, diketahui bahwa ada 7 orang pecinta Tiger yang merintis keberadaan MTC Jatim, termasuk dirinya dan Pak Arry. Namun jumlah ini disampaikan berbeda oleh informan kedelapan, yaitu 4 orang. Perbedaan jumlah juga disampaikan oleh informan-informan lainnya, diantaranya adalah informan ketiga yang menyebutkan jumlah 8 orang dan informan kelima menyebutkan jumlah 5 orang, termasuk diantaranya adalah Pak Arry dan Pak Tjuk. Sementara informan keenam dan ketujuh tidak menyebutkan jumlah pasti. Informan keenam menyatakan bahwa MTC Jatim didirikan oleh Pak Arry dan beberapa orang lainnya, sedangkan informan ketujuh mengatakan bahwa komunitas merek tersebut dirintis oleh Pak Arry, Pak Tjuk, dan beberapa orang lainnya.

Jumlah orang-orang yang sebenarnya turut merintis awal berdirinya MTC Jatim adalah 8 orang, termasuk diantaranya adalah Pak Arry. Keterangan ini langsung disampaikan oleh Pak Arry, selaku informan pertama dan merupakan informan kunci dalam penelitian ini, karena selain sebagai pendiri MTC Jatim, saat ini beliau juga bertindak sebagai ketua umum.

Pak Arry secara detail menyampaikan bahwa ketika menghadiri acara sarasehan di Solo pada tahun 2003 dan bertemu dengan teman-teman MTC baik dari Jakarta maupun Bandung, muncul keinginan yang menggebu untuk membentuk MTC di Surabaya, meskipun visi atau gambaran tentang komunitas yang hendak dibentuk tersebut masih belum jelas. Pada acara tersebut, Pak Arry mencari-cari informasi baik kepada klub Tiger Bandung maupun Jakarta tentang persyaratan apa saja yang harus dipenuhi untuk bisa mendirikan sebuah klub Tiger di Surabaya. Saat itu respon yang diberikan oleh teman-teman dari klub Tiger Jakarta lebih bersahabat dibandingkan respon yang diberikan oleh teman-teman dari klub Tiger Bandung hingga akhirnya Pak Arry memutuskan untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya kepada teman-teman dari klub Tiger Jakarta.

Teman-teman Tiger Jakarta menjelaskan kepada Pak Arry bahwa klub Tiger di Indonesia yang sudah mendapatkan pengakuan oleh Mercedes Benz Classic Center Stuttgart Jerman adalah MTC (Mercedes Benz Tiger Club) yang tidak lain adalah klub Tiger Jakarta, bukan Familie der W123 yang tidak lain adalah klub Tiger Bandung, meskipun Familie der W123 eksis lebih dulu dibandingkan MTC. Ditambahkan bahwa Stuttgart hanya mengakui satu klub saja untuk setiap klub-klub Mercedes Benz di negara manapun termasuk di Indonesia. Jadi ketika Stuttgart sudah mengakui MTC sebagai klub Tiger di Indonesia, maka jika ada daerah-daerah lain di Indonesia yang ingin membentuk klub Tiger, bisa bergabung dengan MTC. Keputusan Stuttgart ini tidak bisa diterima oleh Familie der W123, sehingga sampai saat ini klub Tiger Bandung tersebut tidak mau bergabung dengan MTC. Untuk menghormati keputusan Familie der W123 tersebut, MTC berkomitmen tidak akan membuka *chapter* di Bandung, karena Bandung adalah wilayah milik Familie der W123.

Setelah Pak Arry mengetahui bahwa klub Tiger di Indonesia yang sudah mendapat pengakuan dari Stuttgart adalah MTC, maka beliau akhirnya memutuskan

untuk bergabung dengan MTC. Sepulang dari acara sarasehan tersebut, Pak Arry akhirnya menghubungi beberapa relasi pemilik Tiger di Surabaya. Beliau mengundang relasi-relasi untuk datang ke sebuah rumah makan di Surabaya. Beliau menjelaskan banyak hal seputar klub Tiger, baik tentang informasi-informasi yang diperoleh dari MTC maupun keinginan beliau untuk membentuk sebuah klub Tiger di Surabaya. Para relasi memberikan repon positif atas keinginan Pak Arry, karena sebagaimana dijelaskan oleh informan kedelapan bahwa saat itu belum ada wadah atau komunitas bagi para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya.

Akhirnya 7 orang langsung bergabung menjadi anggota klub Tiger Surabaya yang saat itu diberi nama MBTC, singkatan dari Mercedes Benz Tiger Club. Kepanjangan MBTC sama dengan MTC, hanya saja diberi singkatan MBTC sebagai pembeda dari MTC. Upaya merintis klub Tiger Surabaya dimulai pada tahun 2003, kemudian disahkan oleh MTC pada tahun 2005. Mulanya, Pak Arry bertanya kepada MTC, apakah dengan beranggotakan 8 orang, MBTC bisa dinyatakan sebagai *chapter* MTC di Surabaya atau tidak. Teman-teman MTC menyampaikan kepada beliau bahwa syarat untuk membentuk *chapter* di wilayah manapun di Indonesia adalah minimal beranggotakan 7 orang. Dengan demikian MBTC bisa dinyatakan sebagai *chapter* MTC di Surabaya. Akan tetapi, karena Surabaya adalah ibukota Jawa Timur, maka MBTC tidak ditetapkan sebagai *chapter* melainkan sebagai *region* dan diberi nama MTC Jawa Timur. Apabila ada daerah-daerah lain di Jawa Timur yang ingin membentuk klub Tiger, bisa bergabung menjadi *chapter* dari MTC Jatim.

Saat proses pengumpulan data berlangsung, anggota MTC Jatim sudah tersebar di berbagai kota di Jawa Timur, meliputi Jember, Jombang, Mojokerto, Sidoarjo, Bangkalan, Sumenep, Pamekasan, Bojonegoro, Bondowoso, Blitar, Malang, Lamongan, Madiun, dan wilayah-wilayah lainnya di Jawa Timur. Dari data keanggotaan yang tertulis dalam dokumen MTC Jatim, diketahui bahwa saat itu jumlah anggota sudah mencapai 185 orang.

Sebagai sebuah komunitas merek yang terbentuk dari hubungan-hubungan sosial berstruktur diantara para penggemar merek Tiger, MTC Jatim memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi tersebut dijelaskan oleh informan ketiga terdiri dari ketua, sekjen, bendahara, dan dua divisi, yaitu divisi sport dan divisi organisasi. Ditambahkan oleh informan kelima dan kesepuluh bahwa didalam struktur organisasi

MTC Jatim juga ada wakil, sekretaris, dan seksi-seksi yang salah satunya adalah seksi acara. Selain seksi acara, informan keenam menyampaikan ada seksi humas dan teknik. Lebih spesifik, struktur organisasi MTC Jatim dijelaskan oleh informan kedelapan yang diilustrasikan sebagai berikut:

Demmy: Struktur organisasi MTC Jatim terdiri dari ketua, wakil, sekjen, dan bendahara. Sekjen membawahi seksi humas, dokumentasi, dan acara. Sementara bendahara membawahi seksi usaha, membership, dan teknik. Kemudian ada divisi sport yang langsung dibawah oleh ketua.

Informasi yang disampaikan oleh para informan tersebut serupa dengan keterangan yang diberikan oleh Pak Arry dan juga gambar struktur organisasi yang ditunjukkan oleh Pak Arry kepada penulis. Dengan adanya struktur organisasi tersebut, informan kelima yang juga bertindak sebagai penanggung jawab seksi acara menjelaskan bahwa pengorganisasian acara-acara MTC Jatim menjadi lebih baik. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Jadi misal seksi acara menyusun beberapa kegiatan, diajukan terlebih dulu ke sekjen. Setelah itu sekjen yang akan berunding dengan ketua.

Setelah mendapat persetujuan dari ketua, acara-acara yang telah disusun itu diinformasikan kepada seluruh anggotanya baik melalui pesan singkat yang berasal dari satu nomor khusus MTC Jatim. Pihak yang bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi kegiatan-kegiatan MTC Jatim tersebut adalah sekjen. Keterangan ini diperoleh dari informan ketujuh yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Yudha: MTC Jatim memiliki satu nomor telepon yang khusus digunakan untuk kepentingan klub, seperti menginformasikan agenda kegiatan dan info-info resmi lainnya melalui pesan singkat ke seluruh anggotanya. Nomor tersebut menjadi tanggung jawab sekjen.

Oleh karena itu, bagi siapapun yang ingin mendaftar sebagai anggota MTC Jatim akan dimintai nomor telepon yang bisa dihubungi agar bisa dikirimkan informasi seputar agenda kegiatan dan info-info resmi lainnya sebagaimana telah dijelaskan oleh informan ketujuh. Berikut adalah penjelasan detail dari informan keempat tentang prosedur untuk menjadi anggota MTC Jatim:

Eko: Ketika sedang tidak ada event, pendaftaran dapat dilakukan melalui pesan singkat ke nomor MTC Jatim dengan mencantumkan nama, nomor telepon, alamat, tipe Tiger, warna Tiger, dan nomor polisi Tiger. Ketika ada event bisa dikabari dan bisa datang untuk langsung mengisi biodata dan menyerahkan foto untuk kartu identitas. Biaya pendaftaran sebesar Rp240.000,00 sudah termasuk biaya penggantian stiker, kartu identitas, dan seragam.

Keterangan serupa juga diperoleh dari informan kedua yang menjelaskan bahwa dirinya mendaftar melalui pesan singkat dengan mencantumkan nama, alamat, tipe Tiger, nomor seri Tiger, dan plat nomor Tiger. Semula, informan kedua, yaitu Bu Kartika yang akrab dipanggil Bu Tika, tidak tahu sama sekali tentang Tiger, karena terbiasa menggunakan mobil-mobil buatan Jepang. Perkenalan Bu Tika dengan Tiger bermula saat ada salah seorang teman yang menitipkan Tiger di rumah beliau. Sudah berhari-hari bahkan berminggu-minggu Tiger tersebut ada di garasi dan tidak pernah dinyalakan.

Ketika Bu Tika hendak menghadiri acara reuni teman-teman SD (Sekolah Dasar) di Surabaya Town Square, sudah tidak ada lagi mobil yang ada di rumah selain Tiger milik temannya itu. Daripada menggunakan layanan taksi, akhirnya Bu Tika mengeluarkan Tiger itu dari garasi, tentunya dengan mendorong. Semua orang yang ada di rumah ikut mendorong, begitu juga dengan tukang becak dekat rumah beliau. Setelah berhasil dikeluarkan dari garasi, Bu Tika sangat terkejut melihat kondisi manipol atau saluran bahan bakar Tiger tersebut sudah pecah, kondisi mesin juga sudah tidak karuan, dan oli sudah berceceran ke mana-mana. Tapi tetap saja beliau kendarai menuju Surabaya Town Square, salah satu pusat perbelanjaan di Surabaya.

Sampai di tol, Tiger dipacu hingga mencapai kecepatan 120 km/jam dan kondisi Tiger baik-baik saja, masih ada tenaga dan torsi. Hal ini tentu saja sangat mengejutkan Bu Tika, mengingat kondisi Tiger sebelumnya tidak karuan. Berawal dari kejadian tersebut, akhirnya Bu Tika beranggapan bahwa Tiger mantap dan mulai suka dengan Tiger. Setelah mulai jatuh cinta dengan Tiger, Tiger yang semula dititipkan tersebut akan dibeli Bu Tika. Tapi tidak jadi, karena kondisi Tiger tersebut cukup parah. Kemudian, ada salah seorang teman dari komunitas Volvo yang menyarankan Bu Tika untuk daftar ke komunitas Tiger.

Akhirnya pada bulan Oktober 2010, Bu Tika mendaftarkan diri melalui pesan singkat ke nomor MTC Jatim. Oleh karena persyaratan utama menjadi anggota MTC Jatim adalah punya Tiger, maka saat itu Bu Tika mendaftarkan Tiger milik temannya yang tidak jadi dibeli itu. Bu Tika berpikiran gabung dulu dengan MTC Jatim, baru setelah itu mencari Tiger yang kondisinya lebih baik.

Bu Tika menjelaskan bahwa untuk menjadi anggota MTC Jatim, ada sejumlah biaya registrasi, yaitu sebesar Rp140.000,00 sudah termasuk biaya administrasi dan penggantian stiker-stiker yang ditempelkan di kaca depan dan belakang Tiger. Kemudian ada biaya tambahan untuk seragam, yaitu sebesar Rp150.000,00. Biaya-biaya tersebut dapat dibayarkan ke kantor sekretariat atau melalui transfer ke rekening klub.

Berkaitan dengan biaya-biaya yang dibutuhkan untuk menjadi anggota MTC Jatim, informan kelima, yaitu Pak Budi menyebutkan bahwa iuran tahunan di MTC Jatim sangat murah, sekitar Rp150.000,00 hingga Rp200.000,00. Pak Budi juga menyampaikan kalau ada biaya tambahan lainnya berupa penggantian seragam MTC Jatim yang hanya dibayarkan sekali saja, karena seragam bisa dipakai seterusnya.

Keterangan yang disampaikan oleh Bu Tika mengenai biaya-biaya menjadi anggota MTC Jatim tersebut serupa dengan keterangan yang diberikan oleh informan-informan lainnya, hanya saja dijelaskan lebih rinci oleh informan kedelapan yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Demmy: Pertama kali mendaftar akan dikenakan biaya sebesar Rp140.000,00 dan sudah termasuk biaya penggantian kartu identitas. Kemudian untuk seragam, ada tambahan biaya sebesar Rp150.000,00. Untuk tahun-tahun berikutnya, anggota cukup membayar iuran sebesar Rp100.000,00.

Penjelasan informan kedelapan tersebut dibenarkan oleh Pak Arry, bahwa hanya pada saat pertama kali bergabung, anggota diwajibkan membayar sejumlah biaya yang telah disebutkan diatas dan untuk tahun-tahun berikutnya cukup membayar iuran sebesar Rp100.000,00. Pak Eko, informan keempat, orang yang menyatakan dirinya turut serta membentuk MTC Jatim menceritakan bahwa kewajiban anggota untuk membayar iuran tersebut baru ditetapkan pada tahun 2009. Sebelumnya, biaya operasional klub sepenuhnya berasal dari dana pribadi Pak Arry yang diperolehnya dari hasil jual beli barang-barang bekas Tiger.

Berbicara mengenai pengalaman informan mengenal Tiger maupun MTC Jatim, selain Bu Tika yang semula tidak tahu sama sekali tentang Tiger, informan-informan lainnya juga menceritakan pengalaman mengenal Tiger maupun MTC Jatim. Informan ketiga, yaitu Pak Anggara bergabung dengan MTC Jatim karena ingin mengetahui teknis Tiger. Keterangan beliau dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Anggara: Gabung dengan komunitas Tiger karena ingin tahu teknis Tiger itu bagaimana. Sudah berulang kali membongkar mesin Tiger tetap saja belum puas, Tiger masih belum bisa jalan.

Oleh karena Pak Anggara penasaran, akhirnya beliau mencari informasi melalui salah satu situs jejaring sosial, yaitu Facebook. Dari situlah, Pak Anggara berdiskusi dengan salah satu anggota MTC Jatim, yaitu Pak Enril, kemudian diajak untuk menghadiri acara *gathering* MTC Jatim. Pada bulan April 2010, Pak Anggara bergabung dengan MTC Jatim.

Informan keempat, yaitu Pak Eko yang turut membentuk MTC Jatim bersama dengan Pak Arry pada tahun 2003 menceritakan pengalaman yang berbeda. Pak Eko berangkat dari latar belakang seorang mekanik di dealer resmi Mercedes Benz di Surabaya. Beliau paham betul tentang spesifikasi dan kelebihan dari mobil-mobil Mercedes Benz, khususnya Tiger yang sangat mengutamakan keamanan dan kenyamanan pengendara. Beliau juga memiliki video yang memperlihatkan bagaimana posisi dan kondisi orang yang berada di dalam mobil Mercedes Benz ketika mobil tersebut ditabrakkan dengan sangat keras.

Ketika itu ada salah seorang teman Pak Arry yang Tigernya mengalami gangguan teknis. Kemudian Pak Arry beserta temannya itu datang ke bengkel Pak Eko untuk cek kondisi Tiger dan bila perlu bisa dilakukan perbaikan. Tidak hanya saat itu saja, tetapi Pak Arry sering membawa teman-temannya yang juga memiliki Tiger untuk datang ke bengkel Pak Eko. Sejak saat itu, Pak Eko mulai akrab dengan Pak Arry. Jadi, ketika Pak Arry memiliki gagasan untuk membentuk sebuah komunitas bagi para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya, Pak Eko mendukung dan ikut terlibat dalam prosesnya.

Pengalaman lain disampaikan oleh informan kelima, yaitu Pak Budi. Sebelum bergabung dengan MTC Jatim pada tahun 2005, Pak Budi pernah bergabung dengan MCC (Mercedes Benz Classic Club) Surabaya. Beliau menyatakan bahwa sejak tahun 2000 sudah senang dengan mobil-mobil Mercedes Benz. Beliau bergabung dengan MTC Jatim, selain karena saat itu komunitas mobil-mobil Mercedes Benz yang ada hanya MCC Surabaya dan MTC Jatim, juga karena kurangnya kegiatan di MCC Surabaya. Keterangan Pak Budi dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Budi: Kegiatan Classic Club Surabaya kurang, akhirnya mencari komunitas lain yang lebih aktif kegiatannya. Pada tahun 2005, ketika ada Jambore Mercedes Benz di Semarang, akhirnya memutuskan bergabung dengan MTC Jatim.

Pak Budi merasa senang jika punya hobi atau kesenangan dengan mobil-mobil klasik atau mobil-mobil tua ada komunitasnya. Oleh karena itu, ketika MCC Surabaya dirasa kurang banyak aktif, beliau segera mencari komunitas lain yang kegiatannya lebih aktif. Selain itu, beliau juga beranggapan sangat sulit memelihara mobil-mobil tersebut tanpa adanya komunitas.

Informan ketujuh, yaitu Pak Yudha juga memiliki anggapan serupa dengan Pak Budi mengenai pentingnya keberadaan komunitas. Keterangan tersebut dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Yudha: Gemar dengan mobil-mobil lama. Hanya saja ketika pertama kali punya Tiger pada tahun 2004, beranggapan susah baik perawatan maupun spare part. Kemudian pada tahun 2008 memutuskan bergabung dengan MTC Jatim. Setelah tanya-tanya ke Pak Arry dan teman-teman lainnya di MTC Jatim, ternyata merawat Tiger tidak terlalu susah.

Awal mula Pak Yudha bergabung dengan MTC Jatim ketika beliau membaca iklan MTC Jatim di Jawa Pos. Setiap ulang tahun, MTC Jatim selalu mengadakan acara *gathering* dan membuka pendaftaran bagi anggota baru serta pendaftaran ulang untuk anggota-anggota lama. Saat itu, acara diselenggarakan di Ole-ole pada hari Sabtu. Ole-ole dulunya adalah tempat futsal yang berlokasi di daerah Ngagel, Surabaya. Setelah bergabung, Pak Yudha tidak langsung aktif, hanya beberapa kegiatan saja yang diikuti.

Pengalaman serupa diungkapkan oleh informan keenam, yaitu Pak Robert yang sudah memiliki Tiger sebelum bergabung dengan MTC Jatim. Beliau bergabung dengan MTC Jatim pada acara yang sama yang dihadiri oleh Pak Yudha dan pada tahun yang sama, yaitu 2008. Hanya saja, Pak Robert tidak mengetahuinya dari iklan di Jawa Pos, melainkan dari teman. Awal diajak teman untuk datang ke acara *gathering* MTC Jatim tidak terlalu tertarik, tapi ketika sudah berada di lokasi acara, beliau menilai acaranya bagus dan suasananya sangat kekeluargaan. Pak Robert akhirnya memutuskan bergabung saat itu juga.

Pengalaman berbeda disampaikan oleh informan kedelapan, yaitu Pak Demmy yang menyatakan bahwa dirinya turut membentuk MTC Jatim. Pak Demmy mengatakan kalau MTC Jatim dibentuk pada tahun 2006. Saat itulah beliau bergabung dengan komunitas merek tersebut dan saat itu juga pertama kalinya beliau bertemu dengan Pak Arry.

Pak Faisal selaku informan kesembilan dalam penelitian ini yang juga menyatakan bahwa dirinya beserta ayahnya turut membentuk MTC Jatim menceritakan pengalaman lain. Bermula dari keinginan beliau untuk membeli Tiger, akhirnya pada tahun 2003 Pak Faisal bergabung menjadi anggota MTC Jatim. Ketika itu beliau mendapatkan Tiger langsung dari ketua MTC Jatim, yaitu Pak Arry. Pak Faisal menilai Tiger klasik dan mengandung banyak nilai seni, mulai dari list-list chrome hingga bumper yang bisa diganti mulai dari model yang standar hingga model Amerika. Pak Faisal sebelum bergabung dengan MTC Jatim, memiliki usaha di bidang bengkel cat mobil. Dengan bergabung menjadi anggota MTC Jatim, semakin menunjang usaha beliau. Berikut adalah ilustrasi pernyataan Pak Faisal:

Faisal: Ya senang, karena saya sendiri kan di bengkel. Dari situ kan juga banyak mobil-mobil, bagus untuk kita, di pekerjaan.

Sementara Pak Puji, informan kesepuluh mengatakan kalau beliau bergabung dengan MTC Jatim sekitar tahun 2007/2008 karena memang suka dengan Tiger. Beliau bergabung dengan MTC Jatim setengah tahun setelah membeli Tiger. Meski suka dengan Tiger, namun Pak Puji tidak terlalu fanatik dengan MTC Jatim. Di MTC Jatim, beliau hanya ingin mencari teman dan lingkungan baru. Selain MTC Jatim, Pak Puji juga bergabung dengan 2 klub Mercedes Benz lainnya di Surabaya, yaitu klub New Eyes dan C-Class.

Kekhususan

Sebagai sebuah komunitas khusus yang pembentukannya terpusat pada satu merek, yaitu Mercedes Benz Tiger, kekhususan MTC Jatim ditandai dengan adanya *consciousness of kind, rituals and traditions*, dan *moral responsibility*. Berikut adalah paparan selengkapnya mengenai ketiga penanda yang menjadi kekhususan MTC Jatim.

Consciousness of Kind

Consciousness of kind adalah suatu rasa yang mampu mengikat para anggota MTC Jatim secara emosional. Para anggota sama-sama dapat merasakan menjadi golongan yang berbeda dan istimewa dibandingkan orang-orang yang bukan anggota MTC Jatim serta mampu membedakan siapa saja yang benar-benar mencintai Tiger

maupun MTC Jatim dengan orang-orang yang hanya ikut-ikutan tanpa memahami nilai budaya, sejarah, ritual, tradisi, dan simbol yang terkandung didalam merek.

Consciousness of kind yang telah ditemukan oleh Muniz dan O'Guinn (2001) dalam penelitiannya terdiri dari *legitimacy* dan *oppositional brand loyalty*. *Legitimacy* adalah sebuah proses dimana para anggota dapat membedakan anggota mana yang *really knowing* atau memiliki pemahaman yang benar tentang merek dan mana yang tidak serta membedakan anggota mana yang menggunakan merek untuk alasan yang benar dan mana yang tidak atau *wrong reason*. Seseorang yang berpura-pura setia pada merek bisa saja menjadi anggota komunitas, tanpa ada rasa memiliki atau *ownership*. Sementara *oppositional brand loyalty* merupakan rasa loyalitas tinggi yang ditunjukkan oleh para anggota komunitas dengan memusuhi keberadaan merek-merek pesaing. *Oppositional brand loyalty* tidak ditemukan didalam komunitas merek Mercedes Benz Tiger Jawa Timur.

Legitimacy didalam MTC Jatim dijelaskan berbeda-beda oleh kesepuluh informan. Pak Arry, informan pertama, mengatakan kalau beliau sangat tidak suka melihat Tiger dimodifikasi sedemikian rupa hingga mengalami perubahan yang jauh sekali dari standar awal produksinya. Hal serupa juga disampaikan oleh Pak Yudha, informan ketujuh. Keterangan beliau dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Yudha: Tiger tidak perlu dimodifikasi macam-macam. Apa adanya Tiger sudah bagus. Kalau memang mau memodifikasi Tiger, sebatas hanya audionya saja.

Lebih rinci, Pak Budi selaku informan kelima menambahkan kalau motivasi atau orientasi orang-orang yang bergabung menjadi anggota MTC Jatim bisa dilihat dari bentuk mobilnya (Tiger). Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Anggota MTC Jatim terdiri dari berbagai lapisan, sehingga orientasi bergabung berbeda. Ada yang hanya mencari teman, ingin pamer, sukanya pergi ke luar/dalam kota saja, dan ada yang gabung untuk kepentingan komersil. Orientasi tersebut dapat terlihat pada bentuk mobil. Kalau hanya suka touring, spek mobil semuanya standard seperti baru. Kalau hanya suka pamer, velg diganti yang ukurannya lebih besar, mobil sedikit direndahkan, dan memilih warna mobil yang cenderung gelap.

Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari ketiga informan tersebut, diketahui bahwa anggota MTC Jatim bisa dikatakan sebagai anggota yang *really knowing* adalah anggota yang tidak memodifikasi Tigernya hingga menjadi berubah jauh dari standar pabriknya.

Bentuk *legitimacy* lainnya disampaikan oleh informan kedua, yaitu Bu Tika yang menyatakan dengan tegas bahwa *rider* bukan *member*. Istilah *rider* digunakan untuk menyebutkan orang-orang yang diajak bergabung menjadi anggota oleh *member*. *Rider* didalam MTC Jatim biasanya adalah anggota keluarga dari *member* dan kebanyakan dari mereka adalah para istri dari *member*. Istilah *member* digunakan untuk menyebutkan pemilik Tiger yang menjadi anggota MTC Jatim. Jadi misal suami adalah pemilik Tiger, maka suami disebut sebagai *member*. Kalau suami tersebut ingin mendaftarkan istri dan anak-anaknya, mereka disebut sebagai *rider*.

Ketika Bu Tika mendengar ada salah seorang pengurus MTC Jatim menyebutkan bahwa *rider* juga *member*, beliau secara tegas menentang pernyataan tersebut yang dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Kartika: Rider adalah pengikut, sementara member adalah pengemudi. Dalam dunia otomotif, rider adalah navigator. Rider tidak bisa disamakan dengan member, karena hidup dan matinya komunitas adalah tanggung jawab membertanya, bukan rider. Rider belum tentu jadi member.

Bu Tika juga menambahkan bahwa memang sepanjang perjalanan MTC Jatim ini belum pernah ada *member* perempuan yang daftar sendiri dengan kemauan sendiri dan mengendarai sendiri ketika *touring*. Anggota perempuan lainnya sebenarnya ada, tapi hanya sebatas didaftarkan saja oleh *member* dan tidak mengikuti kegiatan-kegiatan yang sudah diagendakan oleh MTC Jatim. Kalaupun ada diantara mereka yang aktif mengikuti kegiatan-kegiatan MTC Jatim, mereka beserta dengan *member* yang sudah mendaftarkan mereka dan tidak pernah mengendarai sendiri ketika *touring*.

Informan kelima dan keenam, yaitu Pak Budi dan Pak Robert memberikan keterangan kalau satu-satunya anggota perempuan di MTC Jatim yang bisa dikatakan sebagai *member* dan bukannya *rider* adalah Bu Tika. Keterangan yang disampaikan oleh Pak Budi dan Pak Robert dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Budi: Di MTC Jatim, member perempuan yang daftar sekaligus merupakan pemilik Tiger hanya Bu Tika. Member perempuan lainnya didaftarkan oleh suaminya.

Robert: Member perempuan di MTC Jatim banyak, hanya saja yang aktif hanya satu, yaitu Bu Tika.

Berdasarkan keterangan yang disampaikan oleh informan kedua dan diperjelas oleh informan kelima dan keenam, diketahui bahwa ada perbedaan nyata

antara *member* dengan *rider*. *Member* adalah pemilik Tiger, sedangkan *rider* adalah orang-orang yang didaftarkan sebagai anggota oleh *member*.

Bentuk *legitimacy* lainnya juga disampaikan oleh Pak Anggara selaku informan ketiga dalam penelitian ini. Beliau mengatakan bahwa anggota MTC Jatim yang berasal dari kalangan anak muda cenderung terlalu banyak bertingkah dan susah mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan didalam komunitas. Keterangan Pak Anggara dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Anggara: Setiap orang memiliki motivasi yang berbeda-beda untuk bergabung dengan komunitas, ada yang ingin menonjol, ada yang sok tahu. Kebanyakan anak muda yang suka berulah. Komunitas akan mengucilkan orang tersebut hingga akhirnya yang bersangkutan malu.

Pak Anggara menyatakan bahwa anggota MTC Jatim yang masuk dalam kategori *wrong reason*, kebanyakan adalah anggota yang berasal dari kalangan anak muda. Mereka juga cenderung merasa sangat paham tentang *touring*, dengan alasan pernah ikut *touring* klub otomotif lainnya. Ketika *touring*, mereka juga cenderung bertindak semau sendiri, kebut-kebutan, dan bercanda dengan anggota lainnya melalui radio komunikasi.

Untuk mengamankan jalannya *touring*, diceritakan oleh Pak Anggara dan Pak Budi selaku informan kelima bahwa Pak Arry memberikan peringatan pertama melalui radio komunikasi. Bila peringatan itu tidak mendapatkan respon yang baik, Pak Arry langsung menghubungi pimpinan *touring* di posisi depan untuk menghentikan *touring*. Anggota yang bertindak semau sendiri tadi langsung didatangi oleh Pak Arry dan diberi teguran.

Bentuk *legitimacy* lainnya juga disampaikan oleh Pak Eko selaku informan keempat. Keterangan yang disampaikan oleh Pak Eko dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Eko: Sejak awal dirintisnya MTC Jatim hingga saat ini menjadi satu-satunya mekanik didalam komunitas. Dulu sempat ada 1 mekanik lain tapi kemudian memutuskan untuk tidak aktif lagi. Kebetulan juga sesuai dengan latar belakang yang juga seorang mekanik khusus mobil-mobil Mercedes Benz.

Sebagai seorang mekanik MTC Jatim, harus andal dalam hal teknis Tiger. Keandalan Pak Eko dapat diketahui dari latar belakang beliau yang juga seorang mekanik khusus mobil-mobil Mercedes Benz. Pak Budi selaku informan kelima juga

menyatakan bahwa Pak Eko adalah mekanik andal di MTC Jatim. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Hingga saat ini, mekanik andal di MTC Jatim adalah Pak Eko, sangat tahu standar Tiger itu bagaimana.

Selain Pak Eko, Pak Budi juga menyampaikan bentuk-bentuk *legitimacy* lainnya didalam MTC Jatim. Pak Budi menyebutkan kalau orang-orang yang hobi atau senang dengan merek Mercedes Benz itu pasti cinta mati. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Orang yang menggunakan Tiger dan hobi mobil-mobil Mercedes Benz itu tidak waras. Selain konsumsi bahan bakarnya boros, ukuran mobilnya besar, pajaknya juga mahal. Maka dari itu, orang-orang yang hobi dengan merek seperti Mercedes Benz, Volkswagen, Hardtop jelas pasti cinta mati.

Anggota MTC Jatim yang *really knowing* adalah mereka yang cinta mati terhadap merek Tiger, sedangkan anggota MTC Jatim yang *wrong reason* adalah mereka yang tidak mencintai merek dengan sepenuh hati. Lebih detail, berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Pak Budi:

Budi: Orang-orang yang keluar dari MTC Jatim bisa jadi sudah berubah dari tidak waras menjadi waras. Bisa juga karena ada kondisi yang sangat mendesak dan akhirnya harus menjual Tiger, sehingga tidak bisa lagi menjadi anggota MTC Jatim. Kalau tidak mencintai sepenuh hati, begitu Tiger terjual tidak akan beli Tiger lagi.

Begitu cintanya dengan Tiger membuat Pak Budi tidak peduli diremehkan oleh orang lain. Pak Budi mengatakan bahwa dulu beliau suka dengan Tiger yang kondisinya benar-benar tampak tidak terawat dengan baik. Pertama kali gabung dengan MTC Jatim, banyak anggota yang menghina. Secara pribadi tidak peduli, karena memang beliau menggunakan Tiger tersebut untuk keperluan pekerjaan sehari-hari, seperti membawa suku cadang bus bahkan menarik bus yang mogok. Tapi lama-lama berubah, karena istri Pak Budi malu. Jadi untuk pekerjaan sehari-hari Pak Budi menggunakan Panther, sementara Tiger tetap di rumah.

Pak Budi juga menceritakan pengalaman unik seorang anggota MTC Jatim yang begitu mencintai Tiger dengan sepenuh hati. Anggota tersebut tidak suka jika melihat ada Tiger yang kondisinya jelek. Tiger itu pasti langsung dibeli kemudian diperbaiki hingga kondisinya bagus dan dijual kembali. Hal ini dilakukan agar harga Tiger di pasar tetap tinggi.

Pak Yudha, informan ketujuh menambahkan jika mencintai merek dengan sepenuh hati, ada perasaan senang ketika berada di dekat Tiger. Ketika menghadiri

acara baik yang diselenggarakan oleh MTC Jatim, MTC, maupun Mercedes Benz, beliau lebih memilih berada di halaman parkir daripada di dalam gedung, karena bisa dekat dengan Tigernya. Dari hasil observasi lapangan yang dilakukan peneliti ketika turut diundang menghadiri peresmian klub Mercedes Benz di Jember pada tanggal 8 Januari 2011, memang lebih banyak anggota MTC Jatim yang memilih berada di halaman parkir dibandingkan di dalam gedung. Ada yang berdiri menyandar di Tiger masing-masing sambil berbincang dengan anggota lainnya. Ada juga yang duduk-duduk sambil merokok dan berbincang dengan anggota lainnya, tapi mata tetap tertuju pada Tigernya.

Sikap yang berbeda ditunjukkan oleh anggota yang tidak mencintai merek dengan sepenuh hati, yaitu tidak bisa loyal baik terhadap Tiger maupun MTC Jatim. Keterangan ini diperoleh dari Pak Puji, informan kesepuluh, dengan ilustrasi sebagai berikut:

Puji: Banyak orang bergabung ke MTC Jatim ini jarang ada yang loyal, terutama dikarenakan oleh terjualnya Tiger ke pihak lain. Entah karena keterpaksaan atau motivasi lain. Setelah mobil terjual, keanggotaan biasanya tidak lagi diperpanjang. Seharusnya kalau memang suka dengan Tiger, semisal memang terpaksa harus menjual Tiger, sebisa mungkin secepatnya sudah beli lagi dan tidak keluar dari MTC Jatim.

Bentuk *legitimacy* lainnya yang juga diungkapkan oleh Pak Budi adalah orang-orang didalam MTC Jatim didominasi oleh pribumi atau suku Jawa. Sementara Pak Yudha mengatakan bahwa MTC Jatim terkenal disiplin dan tegas.

Rituals and Traditions

Rituals and traditions adalah proses penting yang dilakukan oleh para anggota MTC Jatim untuk menghasilkan dan menyebarluaskan makna komunitas baik di lingkungan internal maupun eksternal. Bentuk *rituals and traditions* didalam MTC Jatim sebagaimana yang telah ditemukan oleh Muniz dan O'Guinn (2001) dalam penelitiannya terdiri dari *celebrating the history of the brand* dan *sharing brand stories*.

Bentuk perayaan sejarah merek (*celebrating the history of the brand*) MTC Jatim sebagaimana dinyatakan oleh kesepuluh informan, antara lain beriklan di media massa untuk memberitahukan kepada khalayak umum bahwa MTC Jatim membuka pendaftaran bagi siapapun pemilik dan pecinta Tiger yang ingin bergabung menjadi anggota baru MTC Jatim; pemilihan ketua umum yang baru; pendaftaran ulang

anggota lama; kontes atau *show* dan pemberian penghargaan untuk Tiger terbaik, *touring*; *gathering*; bakti sosial; *City Rally*; *Go Green*; dan *factory visit*. Selain itu, juga menyelenggarakan kegiatan ROTS (*Rendezvous of the Star*) dan menghadiri Jambore Mercedes Benz se-Indonesia.

Informan kelima dan ketujuh, yaitu Pak Budi dan Pak Yudha, memberikan keterangan bahwa salah satu bentuk *celebrating the history of the brand* di MTC Jatim adalah dengan cara beriklan di media massa untuk memberitahukan kepada khalayak umum bahwa MTC Jatim membuka pendaftaran bagi siapapun pemilik dan pecinta Tiger yang ingin bergabung menjadi anggota baru MTC Jatim. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Sebulan menjelang perayaan ulang tahun MTC Jatim, per minggu menyampaikan pengumuman tentang acara ulang tahun tersebut dengan cara beriklan di media massa, seperti koran Surya, Jawa Pos, dan kadang-kadang di J-TV dan SBO.

Yudha: Setiap ulang tahun, MTC Jatim beriklan di Jawa Pos, memberitahukan bahwa MTC Jatim mengadakan acara kumpul-kumpul sekaligus pendaftaran bagi anggota baru.

Informan keempat, yaitu Pak Eko, menyampaikan bentuk *celebrating the history of the brand* lainnya di MTC Jatim. Beliau mengatakan kalau pada acara ulang tahun MTC Jatim ada pergantian ketua yang dipilih secara demokrasi. Ditambahkan oleh informan kedua, yaitu Bu Tika, bahwa pergantian ketua dan pengurus yang baru dilakukan per 3 tahun sekali pada tanggal 12 Maret. Selain itu, pada setiap tanggal 12 Maret juga ada kegiatan daftar ulang bagi para member lama, dimana kegiatan ini merupakan bentuk *celebrating the history of the brand* lainnya di MTC Jatim.

Tiga informan memberikan keterangan serupa, yaitu informan kelima, ketujuh, dan kesepuluh yang masing-masing adalah Pak Budi, Pak Yudha, dan Pak Puji. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Setiap tanggal 12 bulan 3, bertepatan dengan hari ulang tahun MTC Jatim, ada kegiatan daftar ulang bagi member-member lama. Jadi khusus acara ini, member diwajibkan datang, karena selain pemilik, Tigernya juga didaftarkan ulang.

Yudha: Selain dibuka pendaftaran untuk anggota baru, setiap ulang tahun MTC Jatim juga selalu ada pendaftaran ulang.

Puji: Setiap tanggal 12 bulan 3, pada event ulang tahun MTC Jatim, diadakan acara kontes mobil-mobil Tiger terbaik dan pendaftaran ulang bagi para anggotanya. Pada event tersebut juga dibuka pendaftaran bagi siapapun pemilik Tiger yang ingin bergabung dengan MTC Jatim.

Didalam keterangan yang disampaikan oleh Pak Puji tersebut, beliau menyebutkan tentang acara kontes mobil-mobil Tiger terbaik. Acara kontes juga

merupakan salah satu bentuk *celebrating the history of the brand* didalam MTC Jatim. Serupa dengan kegiatan kontes, Pak Budi memberikan keterangan tentang kegiatan *show*, bentuk *celebrating the history of the brand* lainnya didalam MTC Jatim. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Show adalah kegiatan dimana Tiger para anggota dipamerkan, sehingga orang lain tahu bahwa MTC Jatim itu ada. Jika ada yang tertarik bisa langsung bergabung saat itu juga. Selain itu, kegiatan ini juga merupakan cara agar para anggota MTC Jatim bisa berkumpul.

Selain kontes dan *show*, tiga informan berikut mengatakan bahwa pemberian penghargaan untuk Tiger terbaik juga merupakan bentuk *celebrating the history of the brand* MTC Jatim. Informan pertama dan kedua, yaitu Pak Arry dan Bu Tika, menjelaskan bahwa pada setiap acara Jambore Mercedes Benz se-Indonesia, ada pemberian penghargaan untuk mobil-mobil Mercedes Benz terbaik, termasuk Tiger. Keduanya mengatakan jika kondisi Tiger semakin mendekati original, itulah yang dinyatakan sebagai Tiger terbaik dan pemiliknya akan diberi penghargaan berupa piagam dan piala.

Pemberian penghargaan untuk mobil-mobil Tiger terbaik menurut informan keempat, yaitu Pak Eko, juga dilakukan pada event *City Rally*. Berikut adalah ilustrasinya:

Eko: Perayaan ulang tahun MTC biasanya diisi juga dengan acara rally kecil-kecilan yang disebut City Rally, kemudian juga ada kuis-kuis. Ada penilaian-penilaian khusus untuk mobil-mobil Tiger milik anggota MTC Jatim. Ada hadiah juga berupa kaos dan pin.

Jambore Mercedes Benz se-Indonesia yang dimaksud dalam pernyataan Pak Arry dan Bu Tika diatas adalah acara yang diselenggarakan oleh Mercedes Benz Indonesia (MB Ina) dan mengundang semua klub Mercedes Benz yang ada di Indonesia untuk berkumpul di satu kota. Beragam kegiatan dilakukan pada acara tersebut, salah satunya adalah penghargaan mobil-mobil Mercedes Benz terbaik seperti yang sudah dijelaskan oleh Pak Arry dan Bu Tika.

MTC Jatim juga memiliki acara serupa Jambore tapi khusus untuk klub Tiger se-Indonesia. Acara tersebut adalah ROTS atau *Rendezvous of the Star* yang diselenggarakan setiap 2 tahun sekali. Pak Budi dan Pak Yudha mengatakan bahwa salah satu bentuk *celebrating the history of the brand* adalah kegiatan ROTS. Berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Pak Yudha:

Yudha: ROTS atau Rendezvous of the Star yang diadakan setiap 2 tahun sekali dikatakan sebagai Jamborenya MTC, dimana semua klub MTC se-Indonesia berkumpul di satu kota. Klub Mercedes Benz lainnya juga diundang untuk hadir. Pada acara ROTS, selain gathering juga ada bursa mobil, merchandise, dan spare part.

Bakti sosial atau baksos juga disebut-sebut oleh enam informan sebagai salah satu bentuk *celebrating the history of the brand* di MTC Jatim, diantaranya adalah informan pertama, kelima, keenam, ketujuh, kedelapan, dan kesembilan. Bakti sosial diagendakan oleh MTC Jatim setiap bulan Ramadhan. Berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh informan kesembilan:

Faisal: Setiap bulan Ramadhan, MTC Jatim selalu mengadakan kegiatan baksos atau bakti sosial. Paling sering mengunjungi panti asuhan untuk memberikan sumbangan.

Selain berkunjung ke panti asuhan untuk memberikan sumbangan, informan kelima, yaitu Pak Budi juga menyebutkan panti jompo sebagai tempat tujuan bakti sosial MTC Jatim. Hanya saja, MTC Jatim paling sering mengadakan bakti sosial dengan berkunjung ke panti asuhan. Ada juga yang menyebutkan kegiatan *gathering* sebagai salah satu bentuk *celebrating the history of the brand* di MTC Jatim. *Gathering* yang dimaksud oleh informan kelima, keenam, ketujuh, dan kedelapan ini bisa dikatakan sebagai ajang *show* yang diagendakan setiap 3 minggu sekali. Pak Budi, informan kelima, menambahkan bahwa kegiatan tersebut berguna untuk mengumpulkan para anggota lainnya dan menunjukkan kepada khalayak umum bahwa MTC Jatim itu ada. Jadi, bagi siapapun yang sehoobi atau sealiran dengan MTC Jatim, bisa bergabung.

Touring juga merupakan salah satu cara para anggota MTC Jatim merayakan sejarah merek yang diagendakan oleh komunitas setiap 3 bulan sekali. Jadi dalam satu tahun ada 4 kali *touring*, 3 diantaranya adalah *short touring* kemudian ditutup dengan 1 kali *long touring*. *Touring* menjadi event yang paling ditunggu-tunggu oleh para anggota. Pak Demmy, informan kedelapan, memberikan penjelasan kenapa *touring* bisa begitu diminati para anggota. Berikut adalah ilustrasinya:

Demmy: Touring adalah kegiatan yang sangat digemari oleh para anggota, dimana sangat terasa sekali kekeluargaan, sehingga anggota antusias sekali mengikuti kegiatan touring.

Kalau Pak Yudha, informan ketujuh, lebih senang mengikuti *touring*, karena perjalanannya menyenangkan. Sementara Pak Anggara, informan ketiga, serupa dengan penjelasan Pak Demmy mengenai rasa kekeluargaan. Beliau mengatakan

touring adalah kesempatan dimana para anggota bisa berkumpul, duduk-duduk santai setibanya di lokasi tujuan *touring* sambil membicarakan masa lalu, kemudian semangat lagi.

Berkaitan dengan penceritaan kisah-kisah merek (*sharing brand stories*), cerita-cerita yang didasarkan pada pengalaman-pengalaman para anggota dalam menggunakan merek dapat memperkuat makna dan kualitas hubungan diantara para anggota lainnya. Cerita-cerita tersebut dapat dijadikan sarana bagi anggota komunitas untuk mempelajari nilai-nilai yang dianut oleh komunitas.

Dalam penelitian ini, kesepuluh informan menceritakan beragam kisah tentang pengalaman-pengalaman mereka mengendarai Tiger dan mengikuti *touring*. Kesepuluh informan sangat antusias sekali ketika menceritakan pengalaman-pengalaman mereka itu. Meskipun peneliti mendapatkan sedikit kesulitan dalam menggali informasi secara mendalam kepada informan kesepuluh, tetapi ketika peneliti mengajukan pertanyaan seputar Tiger dan *touring*, beliau antusias sekali. Sejak itulah akhirnya peneliti lebih mudah menggali informasi-informasi yang dibutuhkan.

Bahasan mengenai *sharing brand stories* akan dimulai dari pengalaman-pengalaman para informan mengikuti *touring* MTC Jatim. Semua informan mengatakan bahwa aturan *touring* bagus. Berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Bu Tika, informan kedua, dimana keterangan tersebut serupa dengan informan-informan lainnya:

Kartika: Ada yang menjalankan fungsi sebagai opener, closer, marshall. Kalau opener ditempatkan di depan sebagai pembuka jalan dan memberikan info tentang kondisi lalu lintas di depan ke anggota lain di belakang, closer di belakang sebagai penutup konvoi dan memberikan informasi kepada opener atau marshall jika ada anggota touring yang mengalami kendala, dan marshall yang cenderung fleksibel posisinya bertugas mengingatkan anggota touring yang tertinggal dan menentukan kebijakan ketika terjadi gangguan teknis pada mobil, apakah konvoi berlanjut atau tidak. Biasanya kalau ada satu mobil yang bermasalah, anggota touring lainnya juga ikut berhenti. Info-info tersebut disampaikan dengan menggunakan rick. Jadi semua mobil yang ikut touring wajib menggunakan rick. Cara mengemudi juga bagus. Meskipun kecepatan tinggi tapi tetap aman, kompak, tidak ada yang saling mendahului, solidaritas bagus.

Ditambahkan oleh Pak Anggara, informan ketiga, bahwa pengaturan formasi *touring* sudah ditetapkan sebelum *touring* dimulai. Seluruh peserta *touring* sudah menerima selebaran yang berisi pembagian urutan posisi mobil dan siapa yang

akan bertindak sebagai koordinator. Berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Pak Anggara:

Anggara: Sebelum konvoi, terlebih dulu sudah dibagi selebaran tentang pembagian urutan posisi mobil dan siapa yang akan menjadi koordinator. Setiap 5 mobil, ada 1 koordinator. Semua perintah koordinator wajib diikuti. Sekitar 2 atau 3 hari sebelum konvoi, dilakukan pemeriksaan kondisi mobil dan kelengkapan, seperti radio komunikasi, sirine atau lampu. Radio komunikasi wajib ada, sebagai alat komunikasi antar anggota selama konvoi. Kebersamaan terasa menyenangkan, karena konvoi diwajibkan membawa serta keluarga dan ketika ada satu mobil yang bermasalah, semua anggota konvoi kompak berhenti, tidak ada yang ditinggal. MTC pernah mendapat kehormatan memimpin konvoi, karena terkenal kompak, rapi, tidak ugul-ugalan di jalan, dan tertib.

Pak Eko, informan keempat, memberikan keterangan tambahan bahwa susunan acara atau *rundown* juga sudah dipersiapkan dengan sangat bagus dan diaplikasikan sesuai dengan waktu yang telah tercantum dalam susunan acara tersebut. Berkaitan dengan pembagian kelompok-kelompok dalam 1 formasi besar *touring*, Pak Eko menyebutkan bahwa kelompok-kelompok itu diberi nama Macan Suro, Macan Boyo, Macan Tanjung, dan Macan Perak. Formasi *touring* diawali dengan Macan Suro, kemudian disusul Macan Boyo, Macan Tanjung, dan ditutup dengan Macan Perak.

Pak Budi, informan kelima, menceritakan pengalamannya ketika pertama kali mengikuti *touring* MTC Jatim. Kesan pertama tidak menyenangkan, tapi sekarang beliau mengakui bahwa *touring* bagus. Berikut adalah ilustrasinya:

Budi: Ketika awal bergabung, kesan masih jelek. Saat itu belum ada radio komunikasi dan belum seberapa mengenal anggota lainnya. Tiger sempat mogok, anggota lainnya tidak mau menunggu. Sekarang sudah sangat bagus.

Beliau juga mengatakan kalau MTC Jatim saat ini sudah kehabisan tempat *touring*, karena setiap kali mengadakan *touring* tidak pernah mengulang rute yang sama. Selama 5 tahun, Jawa, Bali, dan Madura sudah dijelajahi.

Berkaitan dengan ketatnya aturan *touring*, Pak Puji selaku informan kesepuluh dalam penelitian ini menambahkan kalau pengaturan formasi siapa yang di depan dan siapa yang di belakang juga disesuaikan dengan besar kecilnya CC Tiger. Semakin besar semakin di belakang posisinya. Selain itu, juga diurutkan berdasarkan frekuensi ikut *touring*. Untuk peserta yang baru pertama kali ikut *touring*, ditempatkan di depan meskipun CC Tigernya besar. Ilustrasi berikut menjelaskan secara detail keterangan yang disampaikan oleh Pak Puji:

Puji: Tiger dengan CC kecil biasanya ditempatkan di depan, sementara CC besar di belakang. Tapi untuk anggota yang baru pertama kali ikut touring, meskipun Tiger yang

dikendarai CC besar, ditempatkan di depan. Kalau ditempatkan di belakang, bila terjadi sesuatu hal yang menyebabkan formasi touring merenggang, peserta baru tersebut tidak berani melaju lebih cepat meski Tigernya memiliki tenaga lebih besar. Untuk touring, jarak antar mobil harus rapat, agar tidak disisipi mobil lain yang bukan peserta touring. Selain itu, konvoi juga akan terlihat bagus bila jarak per mobilnya rapat. Jadi anggota yang sudah biasa ikut touring ditempatkan di belakang. Apabila ada mobil lain yang hendak mendahului konvoi, stopper di bagian belakang memberikan informasi ke opener di bagian depan melalui media rick atau radio komunikasi. Bila kondisi lalu lintas memungkinkan, mobil tersebut akan diberikan ruang untuk bisa mendahului.

Setelah membahas mengenai pengalaman-pengalaman para informan mengikuti *touring* MTC Jatim, berikutnya adalah membahas tentang pengalaman-pengalaman mereka bersama Tiger masing-masing. Pak Arry, informan pertama, menceritakan bahwa Tigernya nyaman dikendarai. Konsumsi bahan bakar Tiger masih dalam batas kewajaran, karena terbayarkan dengan kenyamanan yang dirasakan. Ketika mobil berputar, untuk ukuran mobil sepanjang Tiger tidak ada masalah sama sekali, karena Tiger memiliki radius putar yang cukup tinggi. Posisi roda depan Tiger bisa miring ketika mobil berputar. Kemudian untuk suku cadang juga mendapatkan dukungan dari Mercedes Benz Classic Center Stuttgart Jerman, sehingga pemilik Tiger tidak perlu mengkhawatirkan masalah suku cadang.

Bu Tika, informan kedua, juga mengatakan kalau Tiger nyaman dikendarai. Beliau pernah memiliki pengalaman berkendara pulang pergi Surabaya-Sampang dengan mengendarai mobil Mercedes Benz C-Class tipe W202 yang 1800 dan Tiger. Berkendara dengan C-Class terasa sangat lelah, lebih nyaman berkendara dengan Tiger. Selain nyaman, beliau juga menyampaikan kalau Tiger itu aman untuk dikendarai. Berikut adalah ilustrasinya:

Kartika: Seumur-umur mengendarai mobil dengan kecepatan 180 km/jam hanya Tiger. Pernah mengendarai Lancer tercepat hanya 120 km/jam. Takut, karena sistem remnya tromol, dimana rem itu akan mengunci ketika kecepatan tinggi dan itu sangat berbahaya. Pernah juga mengendarai BMW, tercepat 150 km/jam sudah sangat ketakutan. Meskipun sistem rem bagus, akselerasi dan mesin juga bagus, tapi sistem kabinnya tidak nyaman, terlalu sempit, dan koplingnya sangat berat. Pernah mengendarai Tiger tipe 200 dengan kecepatan 80 km/jam dan saat itu roda depan sebelah kiri pecah, mobil sama sekali tidak oleng.

Bu Tika juga menceritakan kalau teman-teman beliau dari komunitas sepeda sudah sangat mengenal Tigernya. Tiger itu diidentikkan dengan Bu Tika oleh teman-temannya. Jadi ketika mereka melihat Tiger tersebut melintas, mereka akan mengatakan “Eh, Tika lewat” dan ketika mereka menjumpai Tiger tersebut dikendarai

oleh orang lain, mereka segera menghubungi Bu Tika melalui BBM (*BlackBerry Messenger*). Begitu senangnya Bu Tika, karena Tigernya sudah sangat dikenal.

Pengalaman serupa mengenai kenyamanan Tiger diceritakan oleh Pak Anggara, informan ketiga. Beliau bercerita kepada peneliti bahwa dirinya pernah punya pengalaman mengendarai mobil-mobil merek Honda, Toyota, BMW, bahkan Mercedes Benz lain, tapi suspensi paling nyaman memang Tiger dan bodinya lebih kokoh. Tiger pernah dikendarai hingga 165 km/jam dan kondisi mobil tidak getar dan tidak oleng. Pak Anggara juga menceritakan kalau sejak dirinya bergabung dengan MTC Jatim, Tiger miliknya yang dulu sempat dibongkar sendiri sampai turun mesin sebanyak 3 kali, sekarang kondisi Tiger mulai bagus dan nyaman dikendarai.

Pak Eko, informan keempat yang berlatar belakang seorang mekanik khusus mobil-mobil Mercedes Benz, menceritakan bahwa Tiger itu beda. Berikut adalah ilustrasinya:

Eko: Pernah pengalaman mengendarai Mercedes Benz Mini, memang empuk tapi handlingnya kurang lincah untuk touring. Kalau Tiger pas. Suspensinya juga berbeda dengan mobil lainnya. Ketika baksos ke Tuban lewat jalur pantura, dipacu hingga 90 km/jam tidak ada masalah. Radius putar juga maksimal, karena posisi ban depan semua mobil-mobil Mercedes Benz, termasuk Tiger bisa miring ketika belok.

Pak Eko juga mengatakan kalau Tiger itu kuat. Bisa diketahui dari bumper Tiger yang tebal, sehingga pemilik tidak khawatir memacu Tiger hingga kecepatan tinggi. Pak Budi, informan kelima, juga menyampaikan kepada peneliti kalau Tiger miliknya pernah dipakai untuk menarik bus miliknya yang mogok di tengah jalan. Hal ini benar-benar menunjukkan betapa kuat konstruksi Tiger.

Pak Budi juga bercerita kenapa beliau senang dengan Tiger. Selain karena murah, aman, dan kuat, juga karena mesinnya konvensional, masih menggunakan karburator. Jadi kalau misal di tengah jalan ada masalah teknis, bisa diperbaiki sendiri. Pak Budi mengakui kalau konsumsi bahan bakar Tiger memang boros, tetapi tetap mengatakan kalau Tiger itu murah karena terbayar dengan kenyamanan berkendara. Tidak hanya Pak Budi yang mengakui bahwa Tiger nyaman, istri beliau juga. Pak Budi menjelaskan bahwa ketika menghadiri acara MTC Jatim beliau mengajak serta istri. Meski tidak mengerti apa yang dibicarakan oleh para anggota MTC Jatim, tapi istri Pak Budi tahu bahwa Tiger nyaman dikendarai dan teman-teman di MTC Jatim menyenangkan. Istri Pak Budi sampai akhirnya mau membelikan Tiger untuk Pak Budi. Sudah dua kali beliau dibelikan Tiger oleh istri.

Pak Budi sempat punya 3 mobil Tiger, tapi karena terkendala pajak progresif, akhirnya dipilih satu yang terbaik. Beliau juga bercerita bahwa dirinya pernah 5 kali ganti Tiger. Berikut ilustrasinya:

Budi: Tiger ganti hingga 5 kali. Pernah punya tipe 200 sebanyak 2 kali, 240 1 kali, dan 280 2 kali. Tipe 240 irit bahan bakar, tipe 200 mesin bandel, tipe 280 bisa dipacu untuk memuaskan adrenalin. Ketika sedang sendiri, tipe 280 pernah dipacu hingga 200 km/jam, tapi ketika sedang bersama keluarga, cukup 160 km/jam paling cepat.

Serupa dengan pernyataan Pak Eko yang menyebutkan kalau Tiger itu beda bagi dirinya, Pak Robert selaku informan keenam dan Pak Demmy selaku informan kedelapan juga merasakan bahwa Tiger beda. Selain karena radius putar Tiger yang maksimal, juga karena perawatannya murah dan suku cadang mudah didapatkan.

Pak Yudha, informan ketujuh, menyampaikan pengalaman beliau berkendara jarak jauh dengan Tiger. Berikut adalah ilustrasinya:

Yudha: Untuk perjalanan jarak jauh, ke luar kota, lebih memilih menggunakan Tiger daripada Xenia, karena lebih nyaman. Konsumsi bahan bakar sesuai dengan CC-nya dan sudah terbayar dengan kenyamanan yang dirasakan.

Beliau juga mengatakan kalau secara fisik, bentuk Tiger bagus dan konstruksi mesin tidak susah. Kelistrikkannya juga tidak rumit, karena tidak menggunakan komputer, sehingga masih bisa diperbaiki sendiri kalau ada gangguan teknis. Secara performa juga bagus. Dipacu hingga mencapai 170 km/jam tidak ada masalah apa-apa.

Pak Faisal, informan kesembilan, juga mengatakan kalau perawatan Tiger mudah. Setiap hari cukup cek air radiator dan oli. Beliau juga sependapat kalau suku cadang Tiger mudah diperoleh, karena tersedia dalam jumlah yang banyak. Beliau pecinta mobil-mobil klasik Mercedes Benz, tetapi lebih memilih Tiger karena material dan mesinnya lebih kuat. Tiger juga nyaman digunakan untuk berkendara ke luar kota, sama sekali tidak terasa lelah. Hanya saja konsumsi bahan bakar Tiger memang boros.

Pak Puji, informan kesepuluh yang bergabung dengan 3 klub Mercedes Benz, yaitu Tiger, New Eyes, dan C-Class mengakui bahwa secara visual maupun suara mesin, Tiger bagus. Bila dirawat dengan baik dan benar, dipacu hingga 160 km/jam tidak ada masalah. Radius putarnya juga maksimal dan bumper Tiger juga tebal, sementara mobil-mobil Mercedes Benz lainnya terbuat dari plastik.

Bentuk *sharing brand stories* lainnya juga diceritakan oleh para informan. Berkaitan dengan istilah Tiger yang digunakan untuk menyebutkan mobil Mercedes Benz tipe W123, seluruh informan menyatakan kalau istilah itu diciptakan oleh orang Indonesia. Secara internasional, nama yang benar adalah W123, bukan Tiger. Pak Arry dan dua informan lainnya, yaitu Pak Robert dan Pak Demmy, menjelaskan kalau penamaan Tiger itu bermula dari penilaian visual mobil tersebut yang manis dan cantik. Manis dan cantik itu lalu disingkat menjadi Macan dan diubah dalam Bahasa Inggris menjadi Tiger.

Ada juga yang menyebutkan bahwa mobil tersebut dijuluki Tiger karena tampilannya yang garang. Berikut ini adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Bu Tika:

Kartika: Istilah Tiger hanya ada di Indonesia, diciptakan oleh orang-orang Jakarta. Istilah internasional adalah W123. Beberapa teman di MTC yang tahu kronologis penamaan Tiger cerita kalau dulu ketika di Indonesia sedang booming mobil-mobil Kijang, W123 ini muncul dengan modelnya yang besar, panjang, dan dengan tampilannya yang garang sering mengejar Kijang di tol. Akhirnya dijuluki Tiger, diambil dari nama binatang yang suka memangsa kijang, yaitu macan.

Pak Faisal juga menyampaikan hal serupa. Mobil Mercedes Benz tipe W123 dijuluki Tiger, karena tampilannya yang garang. Kalau Pak Anggara menceritakan kalau istilah Tiger berawal dari para pedagang mobil. Ketika diperhatikan bahwa Tiger mobil yang tangguh, kuat, dan bentuknya bagus, akhirnya dijuluki Macan lalu diubah menjadi Tiger. Kalau Pak Eko berpendapat kalau julukan Tiger itu diberikan karena kelincahan mobil tersebut ketika digunakan menjelajah medan apapun. Sementara Pak Budi mengatakan kalau julukan itu diadopsi dari nama binatang, yaitu macan.

Bentuk *sharing brand stories* lainnya yang diceritakan oleh para informan adalah mengenai nilai jual Tiger. Para informan menceritakan tentang hal ini bukan berarti motivasi mereka bergabung dengan MTC Jatim adalah untuk jual beli Tiger, melainkan hanya sekedar tahu bahwa Tiger yang dikendarai tersebut sangat bernilai. Pak Yudha dan Pak Faisal sependapat bahwa nilai jual Tiger tidak mengikuti harga di pasar, tergantung kondisi dari Tiger itu sendiri. Tiger yang kondisinya masih original, sudah direstorasi, ataupun Tiger yang kondisinya biasa-biasa saja, nilai jual bisa tinggi. Hanya saja, semakin original, nilai jualnya akan semakin tinggi.

Bu Tika menceritakan pengalaman pribadinya ketika awal beli Tiger seharga Rp40.000.000,00. Sekarang mobil tersebut sudah ditawarkan orang lebih dari Rp50.000.000,00 tapi tidak dijual, karena Bu Tika begitu bangga dengan Tigernya. Hal serupa juga disampaikan oleh Pak Faisal. Beliau menceritakan pengalaman temannya di Surabaya yang memiliki Tiger yang saat itu dibelinya dengan harga sekitar Rp30.000.000,00. Teman beliau merestorasi Tiger miliknya dan ketika itu kondisi masih 80% menuju sempurna. Dalam kondisi belum sempurna itu, ada orang dari Semarang yang menawar Tiger itu dengan harga sekitar Rp200.000.000,00. Pak Faisal tidak mengetahui kelanjutan apakah Tiger itu dijual ke orang Semarang tersebut atau tidak.

Pak Puji menceritakan pengalaman beliau seputar penomoran mobil yang akhirnya menjadi identitas pemiliknya. Berikut adalah ilustrasinya:

Puji: Penyebutan nomor yang ditempelkan di kaca Tiger memudahkan member satu dengan lainnya untuk berkomunikasi selama touring, karena ada member yang belum kenal atau lupa siapa nama member lainnya. Nama bisa jadi sama antara satu member dengan lainnya, tetapi nomor pasti berbeda antara member satu dengan lainnya. Nomor juga terlihat dengan sangat jelas dari kejauhan. Nomor akhirnya menjadi identitas member dan lebih mudah diingat daripada nama member itu sendiri.

Moral Responsibility

Moral responsibility bukan perkara hidup atau mati, melainkan lebih kepada komitmen sosial yang dapat menciptakan rasa persaudaraan diantara para anggota komunitas. Bentuk *moral responsibility* didalam MTC Jatim sebagaimana yang telah ditemukan oleh Muniz dan O'Guinn (2001) dalam penelitiannya terdiri dari *integrating and retaining members* dan *assisting in the use of the brand*.

Untuk mempertahankan kelangsungan hidup MTC Jatim dalam jangka panjang, anggota-anggota yang sudah ada harus dapat dipertahankan dan dipersatukan dengan anggota-anggota baru (*integrating and retaining members*). Menjaga kelangsungan hidup MTC Jatim adalah tanggung jawab semua anggota, bukan hanya pengurus. Pak Puji dan Pak Eko mengakui bahwa membina sebuah klub itu tidak mudah. Bagaimana mendekatkan antara anggota satu dengan lainnya itu sulit dan memang terasa berat, karena tidak mendapatkan keuntungan apa-apa sebagaimana keuntungan yang diperoleh seorang tenaga pemasar dari hasil memasarkan produk atau jasa perusahaan tempat dia bekerja.

Berikut ini adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Pak Eko mengenai cara-cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan anggota agar aktif dan tetap memperpanjang keanggotaannya.

Eko: Menjaga agar anggota tidak sampai keluar dari komunitas itu tidak mudah. Satu-satunya cara yang bisa dilakukan untuk membuat anggota yang sudah tidak aktif lagi agar jangan sampai keluar dari komunitas adalah dengan tetap berkomunikasi. Ditanya kabar Tiger, masih ada atau sudah dijual. Kalau sudah dijual, member tersebut diberi jangka waktu hingga masa keanggotaannya berakhir untuk mencari Tiger baru, sebelum akhirnya keanggotaannya dicoret dari MTC Jatim. Namun, ada juga member yang hingga masa keanggotaannya berakhir belum juga mendapatkan Tiger baru, masih suka datang ke acara-acara MTC Jatim. Bagi komunitas hal itu tidak apa-apa, yang penting masih hadir.

Menjaga komunikasi adalah cara yang menurut Pak Eko dapat dilakukan untuk pelan-pelan membuat anggota pasif menjadi aktif. Cara tersebut juga diakui oleh Bu Tika, Pak Anggara, dan Pak Yudha untuk membuat anggota pasif menjadi aktif. Pak Anggara menyampaikan bahwa dirinya dulu adalah anggota yang tidak aktif. Oleh karena selalu dihubungi, ditanya kabar, dan diberi info-info seputar Tiger, suku cadang, maupun tempat servis oleh Pak Arry, serta ketika tidak sengaja bertemu dengan Pak Arry di suatu tempat, ditanyakan ada keluhan apa di Tigernya, akhirnya Pak Anggara memutuskan untuk aktif.

Bentuk *integrating and retaining member* lainnya yang ditemukan didalam MTC Jatim adalah saling membantu, peduli sesama, dan tidak mengedepankan ego pribadi. Ditegaskan oleh Pak Arry bahwa meski datang dari beragam latar belakang, ketika sudah berada didalam komunitas, semua sama. Tiga informan lainnya juga sepakat bahwa anggota MTC Jatim harus satu kepala. Dijelaskan oleh Bu Tika bahwa satu kepala itu maksudnya adalah didalam komunitas tidak ada istilah kontraktor, tentara, polisi, atau apapun. Apapun latar belakang anggota, satu hal yang harus dipikirkan adalah bagaimana semakin membesarkan MTC Jatim.

Hal tersebut harus dilakukan agar tidak terjadi gap yang dapat membuat suasana internal menjadi tidak nyaman sebagaimana yang dirasakan oleh Pak Puji. Dirinya merasa tidak disukai oleh anggota lainnya, karena beliau tidak hanya bergabung dengan MTC Jatim, tapi juga 2 klub Mercedes Benz lainnya di Surabaya. Berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Pak Puji:

Puji: Anggota MTC Jatim sangat beragam, baik dari segi usia, pekerjaan, maupun latar belakang lainnya. Ada anggota yang hanya bergabung dengan satu klub, yaitu MTC Jatim, tetapi ada juga anggota yang bergabung lebih dari satu klub. Sepanjang anggota tersebut masih loyal dengan MTC Jatim, tidak perlu dianggap sebagai musuh dalam

selimut yang bisa saja sewaktu-waktu membocorkan informasi tentang seluk beluk MTC Jatim kepada klub lain yang diikutinya. Anggota tersebut harus tetap dirangkul.

Pak Yudha mengatakan bahwa gap sangat mungkin terjadi didalam internal MTC Jatim, mengingat anggota MTC Jatim tersebar di seluruh area Jawa Timur, seperti Malang, Jember, Lamongan, Madura, Bojonegoro, dan Jombang. Tapi sebisa mungkin ditujukan untuk hal positif, karena Tiger lah yang mempersatukan anggota satu dengan lainnya. Ketika berada didalam komunitas, gap tersebut sudah tidak ada lagi, anggota harus membaur satu sama lain.

Upaya lain yang dapat menciptakan suasana internal komunitas yang nyaman bagi anggota baru dijelaskan oleh Pak Anggara berdasarkan pengalamannya, dimana beliau sangat terkesan mendapat sambutan yang begitu baik. Penjelasan Pak Anggara dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Anggara: Begitu datang, disambut baik oleh Pak Arry. Pak Arry juga menanyakan mobilnya ada masalah di bagian apa. Kemudian diberikan penjelasan. Sangat terkesan sekali, ternyataambutannya baik sekali untuk orang baru. Selain itu juga dikenalkan oleh Pak Arry ke member lainnya.

Pak Faisal, Pak Eko, dan Pak Budi menceritakan hal serupa bahwa anggota baru tidak akan dibiarkan sendiri. Pasti dikenalkan ke anggota lainnya, kemudian anggota baru tersebut memperkenalkan diri kepada anggota lainnya. Selain itu, juga diberi masukan-masukan baik tentang Tiger maupun MTC Jatim. Bu Tika menambahkan bahwa dengan merangkul anggota baru, mengajaknya berbincang, dan membaurkannya dengan anggota lainnya, anggota baru tersebut tidak merasa canggung berada di lingkungan yang tidak dikenal sebelumnya.

Bentuk *integrating and retaining member* lainnya yang ditemukan didalam MTC Jatim adalah *touring*. Pak Eko menjelaskan bahwa melalui *touring*, anggota satu dengan lainnya bisa bicara-bicara santai tanpa memandang suku atau agama. Kekompakan sangat terasa sekali ketika *touring*. Ditambahkan oleh Bu Tika, kedisiplinan juga terlihat nyata ketika *touring*. Berikut adalah ilustrasi dari keterangan yang disampaikan oleh Bu Tika:

Kartika: Ketika harus berangkat jam 1, jam 1 tepat berangkat. Toleransi keterlambatan hanya diberikan maksimal 15 menit. Lebih dari 15 menit sudah ditinggal. Hal ini dilakukan oleh Pak Arry agar anggota lain yang sudah lebih dulu datang tidak terlalu lama menunggu.

Touring juga menjadi sarana bagi Pak Anggara untuk membuat temannya atau orang yang ingin beliau ajak bergabung dengan MTC Jatim yakin bahwa Tiger

maupun MTC Jatim itu bagus. Kepada relasi atau siapapun yang beliau kenal, Pak Anggara selalu menyarankan untuk beli Tiger. Bukan dengan memaksa, tapi mengajak ikut *touring* MTC Jatim. Dari pengalaman beliau, setelah diajak *touring*, mereka pasti senang, bahkan ada yang langsung memutuskan untuk beli Tiger, ada juga yang masih sebatas ingin beli.

Cara lain untuk mendapatkan anggota baru disebutkan oleh Pak Eko adalah mulut ke mulut. Maksudnya, ketika seseorang merasa senang, sudah pasti akan cerita. Teman-teman pasti banyak yang diajak. Dari situlah jumlah anggota semakin bertambah. Kalau Pak Budi, cara beliau mendapatkan anggota baru adalah dengan nongkrong dan membawa formulir pendaftaran. Berikut adalah ilustrasi dari penjelasan Pak Budi:

Budi: Setiap kali nongkrong di pinggir jalan selalu bawa formulir pendaftaran, karena sering orang lain lihat kemudian bertanya bisa gabung atau tidak. Kalau kebetulan tidak bawa, disarankan kepada orang tersebut untuk datang mendaftar ke kantor sekretariat.

Sementara Pak Yudha menyebutkan bahwa *member get member* adalah cara efektif untuk menambah jumlah anggota MTC Jatim. Seringkali orang luar yang mendatangi beliau dan bertanya mengenai Tiger, lalu bertanya tentang MTC Jatim. Ketika ada yang bertanya mengenai komunitas, beliau menjelaskan bahwa MTC Jatim ini adalah klub keluarga.

Pak Demmy menceritakan bagaimana cara Pak Arry menambah jumlah anggota MTC Jatim. Diceritakan bahwa setiap menjelang ulang tahun MTC Jatim, Pak Arry beriklan di koran dan menginformasikan kalau MTC Jatim membuka pendaftaran bagi siapapun pemilik dan penggemar Tiger yang ingin menjadi anggota.

Ketika muncul konflik didalam internal MTC Jatim, masalah tersebut sebaiknya diselesaikan secara kekeluargaan dan bagi pihak yang mengetahui tentang terjadinya konflik tersebut, tidak perlu mengekspos masalah itu kepada anggota lainnya secara berlebihan. Dengan demikian, suasana kekeluargaan tetap terjaga. Suasana itulah yang dikatakan Pak Demmy mampu memunculkan *chemistry* antara dirinya dengan MTC Jatim. Selain bergabung dengan MTC Jatim, Pak Demmy juga bergabung dengan klub Boxer, tapi lebih memilih aktif di MTC Jatim, karena *chemistry* itu tadi yang tidak beliau dapatkan di klub Boxer.

Bentuk *integrating and retaining member* lainnya yang ditemukan didalam MTC Jatim adalah menghormati pendiri MTC Jatim dan menghargai orang lain yang

tidak menggunakan Tiger. Bu Tika menjelaskan bahwa ketika awal merintis berdirinya MTC Jatim, sudah begitu banyak pengorbanan Pak Arry, baik waktu maupun materi. Tidak mudah mendapatkan orang seperti Pak Arry, oleh karena itu anggota sangat hormat kepada beliau. Pak Faisal menambahkan bahwa Pak Arry bisa „ngemong’ anggotanya. Jika ada anggota yang mengalami kesulitan, beliau selalu membantu.

Bu Tika menjelaskan bahwa setiap orang memiliki kebanggaan tersendiri atas mobilnya masing-masing, terutama karena nilai sejarah yang terkandung didalamnya. Rasa bangga itulah yang membuat orang begitu cinta dengan mobilnya, jadi tidak bisa melecehkan orang lain yang tidak menggunakan Tiger. Pak Eko, Pak Robert, dan Pak Demmy juga memberikan penjelasan serupa bahwa setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda. Jadi meski begitu bangga dengan Tiger dan MTC Jatim, tetap menghargai orang lain yang tidak menggunakan Tiger maupun yang tidak tergabung dalam MTC Jatim. Ditambahkan oleh Pak Puji bahwa siapapun dari kalangan manapun punya kesempatan untuk bergabung dengan MTC Jatim, termasuk orang yang mulanya tidak menggunakan Tiger.

Bentuk *integrating and retaining member* lainnya yang ditemukan didalam MTC Jatim adalah mengadakan kegiatan internal yang tidak perlu sampai menghabiskan dana cukup tinggi. Pak Faisal menyebutkan salah satu alasan beliau senang bergabung dengan MTC Jatim, karena acara-acara yang sudah diagendakan oleh MTC Jatim tidak sampai membuat para anggotanya mengeluarkan biaya yang tinggi, lebih merakyat, sehingga semua kalangan bisa mengikuti kegiatan-kegiatan MTC Jatim.

Berkaitan dengan *assisting in the use of the brand*, bantuan ini merupakan bentuk tindakan spontan atau diberikan tanpa berpikir panjang, sebagai bentuk tanggung jawab anggota komunitas terhadap anggota komunitas lainnya. Bentuk *assisting in the use of the brand* yang ditemukan didalam MTC Jatim meliputi bantuan secara teknis dan non teknis.

Bantuan secara teknis meliputi *scruting*, *Safety and Go Green*, dan membantu mencari suku cadang yang murah. Dijelaskan oleh Pak Eko kalau *scruting* adalah kegiatan yang dilakukan 1 minggu sebelum *touring* untuk cek kesiapan kondisi Tiger peserta. Lebih detail, berikut adalah ilustrasinya:

Eko: Scruting dilaksanakan di tempat yang luas, sementara ini di Museum NU. Tiger yang butuh perbaikan akan diberi memo untuk bisa segera dibawa ke bengkel. Jika pada hari H Tiger belum bisa dinyatakan layak jalan, maka Tiger tersebut tidak boleh digunakan touring, agar tidak mengganggu jalannya touring.

Sementara *Safety and Go Green* yang juga diselenggarakan di tempat yang sama dengan tempat pelaksanaan *scruting*, dijelaskan oleh Pak Eko bahwa kegiatan ini ditujukan agar mobil-mobil lama ini jangan sampai mencemari lingkungan sekitar. Ditambahkan oleh Pak Demmy bahwa pada acara *Safety and Go Green* itu ada cek emisi dan servis mobil-mobil Tiger para anggota.

Pak Eko dan dua informan lainnya, yaitu Pak Robert dan Pak Yudha mengatakan bahwa untuk bergabung dengan MTC Jatim, tidak harus punya Tiger yang bagus. Bagaimanapun kondisinya yang penting Tiger. Nanti pasti dibantu untuk melakukan perawatan, mencari suku cadang yang murah atau bekas pakai anggota lainnya yang masih bisa digunakan.

Untuk bantuan non teknis, Bu Tika menceritakan pengalaman beliau dipinjam Tiger oleh Pak Arry ketika pertama kali mengikuti *touring* bersama MTC Jatim. Berikut adalah ilustrasinya:

Kartika: Bulan Desember 2010 ketemu dengan Pak Arry untuk pertama kalinya, kemudian cerita kalau ingin mencari Tiger, karena Tiger yang didaftarkan kondisinya tidak memungkinkan untuk mengikuti semua kegiatan komunitas. Touring pertama ke Jember pada bulan Desember 2010 dipinjam mobil oleh Pak Arry. Selang bulan Januari 2011 ketika ada touring rute pendek ke Malang, sudah bisa pakai mobil sendiri, sekalian test drive.

Bentuk bantuan non teknis lainnya juga diceritakan oleh Pak Budi. Beliau mengatakan kalau pernah pengalaman Tiger miliknya disuntik dengan mesin Nissan supaya hemat bahan bakar dan naikannya lebih nyaman lagi. Tapi lama-lama malu sendiri, karena Pak Arry selalu menanamkan kepada seluruh anggotanya bahwa apa adanya Tiger itu sudah bagus.

RINGKASAN DAN REKOMENDASI

Ringkasan

Komunitas merek yang dikenal dengan singkatan MTC Jatim digagas oleh Pak Arry serta dibentuk bersama dengan 7 orang para pemilik dan pecinta Tiger di Surabaya. Ketika Pak Arry menghadiri acara sarasehan di Solo pada tahun 2003 dan bertemu dengan teman-teman MTC (Mercedes Benz Tiger Club) baik dari Jakarta

maupun Bandung, muncul keinginan yang menggebu untuk membentuk MTC di Surabaya, meskipun gambaran tentang komunitas yang hendak dibentuk tersebut masih belum jelas.

Pak Arry mencari-cari informasi baik kepada klub Tiger Bandung maupun Jakarta tentang persyaratan apa saja yang harus dipenuhi untuk bisa mendirikan sebuah klub Tiger di Surabaya. Saat itu respon yang diberikan oleh teman-teman dari klub Tiger Jakarta lebih bersahabat dibandingkan respon yang diberikan oleh teman-teman dari klub Tiger Bandung hingga akhirnya Pak Arry memutuskan untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya kepada teman-teman dari klub Tiger Jakarta.

Sepulang dari acara sarasehan tersebut, Pak Arry akhirnya menghubungi beberapa relasi pemilik Tiger di Surabaya. Beliau mengundang relasi-relasi untuk datang ke sebuah rumah makan di Surabaya. Beliau menjelaskan banyak hal seputar klub Tiger, baik tentang informasi-informasi yang diperoleh dari MTC maupun keinginan beliau untuk membentuk sebuah klub Tiger di Surabaya. Para relasi memberikan respon positif atas keinginan Pak Arry, karena saat itu memang belum ada wadah atau komunitas bagi para pemilik dan penggemar Tiger di Surabaya.

Akhirnya 7 orang langsung bergabung menjadi anggota klub Tiger Surabaya yang saat itu diberi nama MBTC, singkatan dari Mercedes Benz Tiger Club. Kepanjangan MBTC sama dengan MTC, hanya saja diberi singkatan MBTC sebagai pembeda dari MTC. Upaya merintis klub Tiger Surabaya dimulai pada tahun 2003, kemudian disahkan oleh MTC pada tahun 2005. Mulanya, Pak Arry bertanya kepada MTC, apakah dengan beranggotakan 8 orang, MBTC bisa dinyatakan sebagai *chapter* MTC di Surabaya atau tidak. Teman-teman MTC menyampaikan kepada beliau bahwa syarat untuk membentuk *chapter* di wilayah manapun di Indonesia adalah minimal beranggotakan 7 orang. Dengan demikian MBTC bisa dinyatakan sebagai *chapter* MTC di Surabaya. Akan tetapi, karena Surabaya adalah ibukota Jawa Timur, maka MBTC tidak ditetapkan sebagai *chapter* melainkan sebagai *region* dan diberi nama MTC Jawa Timur. Apabila ada daerah-daerah lain di Jawa Timur yang ingin membentuk klub Tiger, bisa bergabung menjadi *chapter* dari MTC Jatim.

Sebagai sebuah komunitas merek yang terbentuk dari hubungan-hubungan sosial berstruktur diantara para penggemar merek Tiger, MTC Jatim memiliki struktur organisasi. Struktur organisasi MTC Jatim terdiri dari ketua, wakil, sekjen,

dan bendahara. Sekjen membawahi seksi humas, dokumentasi, dan acara. Sementara bendahara membawahi seksi usaha, membership, dan teknik. Didalam struktur organisasi MTC Jatim juga ada divisi sport yang langsung dibawah oleh ketua. Dengan adanya struktur organisasi, pengorganisasian acara-acara MTC Jatim menjadi lebih baik, karena beberapa rencana kegiatan yang telah disusun oleh seksi acara diajukan terlebih dulu ke sekjen untuk kemudian dirundingkan dengan ketua.

Setelah mendapat persetujuan dari ketua, acara-acara yang telah disusun itu diinformasikan kepada seluruh anggotanya baik melalui pesan singkat yang berasal dari satu nomor khusus MTC Jatim. Pihak yang bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi kegiatan-kegiatan MTC Jatim tersebut adalah sekjen. Oleh karena itu, bagi siapapun yang ingin mendaftar sebagai anggota MTC Jatim akan dimintai nomor telepon yang bisa dihubungi agar bisa dikirimkan informasi seputar agenda kegiatan dan info-info resmi lainnya.

Untuk menjadi anggota MTC Jatim, syarat utama harus punya Tiger. Kemudian melakukan pendaftaran dengan mengirimkan pesan singkat ke nomor MTC Jatim dan mencantumkan nama, nomor telepon, alamat, tipe Tiger, warna Tiger, dan nomor polisi Tiger. Ketika ada event, MTC Jatim bisa menginformasikan kepada yang bersangkutan untuk datang dan langsung mengisi biodata serta menyerahkan foto untuk kartu identitas.

Biaya-biaya yang dibutuhkan untuk mendaftar pertama kali sebagai anggota MTC Jatim adalah sebesar Rp140.000,00 sudah termasuk biaya penggantian stiker dan kartu identitas. Kemudian ditambah dengan biaya seragam sebesar Rp150.000,00. Sementara besar biaya yang dibutuhkan untuk daftar ulang anggota lama adalah Rp100.000,00 yang dibayarkan setahun sekali.

Kewajiban anggota untuk membayar sejumlah biaya-biaya tersebut baru ditetapkan pada tahun 2009. Sebelumnya, biaya operasional klub sepenuhnya berasal dari dana pribadi Pak Arry yang diperoleh dari hasil usaha Pak Arry jual beli barang-barang bekas Tiger.

Anggota MTC Jatim beragam. Ada yang semula sama sekali tidak tahu tentang Tiger, tapi setelah mencoba mengendarai Tiger milik seorang teman, berubah jadi begitu mencintai Tiger. Lalu disarankan oleh seorang teman dari komunitas Volvo untuk bergabung dengan MTC Jatim. Akhirnya bergabung dan sangat

berhasrat untuk mencari Tiger yang lebih bagus kondisinya agar bisa mengikuti setiap kegiatan yang diselenggarakan ataupun yang diikuti oleh MTC Jatim.

Ada juga yang sebelumnya sudah punya pengalaman menggunakan Tiger, bergabung dengan MTC Jatim karena ingin mengetahui teknis Tiger. Berulang kali mencoba membongkar mesin Tiger miliknya tidak berhasil juga, akhirnya penasaran lalu mencari informasi melalui salah satu situs jejaring sosial, yaitu Facebook. Di media tersebut, ada salah seorang anggota MTC Jatim yang mengajaknya untuk menghadiri acara *gathering* MTC Jatim. Pada acara itulah akhirnya bergabung dengan MTC Jatim.

Ada juga yang berangkat dari latar belakang seorang mekanik di dealer resmi Mercedes Benz di Surabaya yang paham betul tentang spesifikasi dan kelebihan dari mobil-mobil Mercedes Benz, khususnya Tiger yang sangat mengutamakan keamanan dan kenyamanan pengendara. Bergabung ke MTC Jatim bermula dari keakrabannya dengan Pak Arry.

Selain itu, ada juga yang sebelumnya bergabung dengan MCC (Mercedes Benz Classic Club) Surabaya akhirnya memutuskan bergabung dengan MTC Jatim, karena klub sebelumnya aktivitasnya kurang. Ada juga yang bergabung karena merasa butuh komunitas untuk menunjang hobinya yang gemar dengan mobil-mobil tua, diajak teman atau keluarga, atau karena memang dari awal sudah sangat suka dengan Tiger.

Didalam MTC Jatim juga ditemukan tiga penanda penting komunitas, yaitu *consciousness of kind*, *rituals and traditions*, dan *moral responsibility*. Bentuk *consciousness of kind* yang ditemukan adalah *legitimacy*, suatu bentuk perasaan sangat tidak suka melihat Tiger dimodifikasi sedemikian rupa hingga mengalami perubahan yang jauh sama sekali dari standar awal produksinya, karena apa adanya Tiger itu sudah bagus. Anggota MTC Jatim bisa dikatakan sebagai anggota yang *really knowing* adalah anggota yang tidak memodifikasi Tigernya hingga menjadi berubah jauh dari standar pabriknya. Jika ingin memodifikasi Tiger, bisa dilakukan tapi hanya sebatas audionya saja.

Bentuk *legitimacy* lainnya adalah *rider* bukan *member*. Istilah *rider* digunakan untuk menyebutkan orang-orang yang diajak bergabung menjadi anggota oleh *member*. Istilah *member* digunakan untuk menyebutkan pemilik Tiger yang

menjadi anggota MTC Jatim. Hidup dan matinya MTC Jatim ada di tangan para *member* bukan *rider*. *True member* MTC Jatim adalah pemilik Tiger yang mendaftarkan diri menjadi anggota MTC Jatim.

Anggota yang masuk dalam kategori *wrong reason*, kebanyakan berasal dari kalangan anak muda yang cenderung merasa sangat paham tentang *touring*, dengan alasan pernah ikut *touring* klub otomotif lainnya. Ketika *touring*, mereka juga cenderung bertindak semau sendiri, kebut-kebutan, dan bercanda dengan anggota lainnya melalui radio komunikasi. Untuk mengamankan jalannya *touring*, Pak Arry memberikan peringatan pertama melalui radio komunikasi. Bila peringatan itu tidak mendapatkan respon yang baik, Pak Arry langsung menghubungi pimpinan *touring* di posisi depan untuk menghentikan *touring*. Anggota yang bertindak semau sendiri tadi langsung didatangi oleh Pak Arry dan diberi teguran.

Rituals and traditions, penanda penting komunitas yang kedua menjadi proses penting yang dilakukan oleh para anggota MTC Jatim untuk menghasilkan dan menyebarluaskan makna komunitas baik di lingkungan internal maupun eksternal MTC Jatim. Bentuk *rituals and traditions* didalam MTC Jatim terdiri dari *celebrating the history of the brand* dan *sharing brand stories*. Bentuk perayaan sejarah merek didalam MTC Jatim sebagaimana dinyatakan oleh kesepuluh informan, antara lain beriklan di media massa untuk memberitahukan kepada khalayak umum bahwa MTC Jatim membuka pendaftaran bagi siapapun pemilik dan pecinta Tiger yang ingin bergabung menjadi anggota baru MTC Jatim; pemilihan ketua umum yang baru; pendaftaran ulang anggota lama; kontes atau *show* dan pemberian penghargaan untuk Tiger terbaik, *touring*; *gathering*; bakti sosial; *City Rally*; *Go Green*; dan *factory visit*. Selain itu, juga menyelenggarakan kegiatan ROTS (*Rendezvous of the Star*) dan menghadiri Jambore Mercedes Benz se-Indonesia. Sementara bentuk *sharing brand stories* dalam MTC Jatim meliputi cerita-cerita tentang pengalaman menggunakan Tiger, pertama kali mengikuti *touring*, penamaan Tiger, nilai jual Tiger, dan nomor sebagai identitas anggota.

Rekomendasi

Bagi MTC Jatim, melalui penelitian ini ditemukan bahwa *consciousness of kind (sense of belonging)* masih kurang. Hal ini bisa diketahui dari perbandingan antara jumlah anggota yang terdaftar dengan jumlah anggota yang aktif mengikuti

kegiatan-kegiatan komunitas. Beberapa informan menyampaikan kalau kurang dari setengah jumlah total anggota terdaftar yang aktif. Selain itu, juga banyak anggota yang tidak lagi memperpanjang keanggotaannya dengan alasan Tiger terjual. Jika benar-benar mencintai Tiger maupun MTC Jatim, anggota tersebut pasti segera mencari Tiger baru dan tidak sampai keluar dari MTC Jatim.

Oleh karena MTC Jatim pusat pembentukannya ada pada merek Mercedes Benz Tiger, maka lemahnya *consciousness of kind (sense of belonging)* ini dapat diperkuat dengan sering mengadakan *touring, show*, ataupun kegiatan lainnya yang bisa menumbuhkan kebanggaan pemilik terhadap Tigernya. *Consciousness of kind (sense of belonging)* juga bisa diperkuat dengan menciptakan suasana internal yang nyaman, tidak ada gap atau kelompok, dan juga tidak ada yang bersikap seolah-olah dirinya adalah bos. Ragam usia dan latar belakang para anggota MTC Jatim sangat bervariasi, sehingga untuk bisa „menyentuh’ hati seluruh anggotanya perlu pendekatan yang berbeda-beda.

Bagi penelitian lanjutan mengenai komunitas merek, penggunaan metode *ethnography* sangat membantu peneliti untuk bisa merasakan apakah jawaban-jawaban yang dilontarkan oleh para informan itu benar atau tidak, karena dengan menggunakan metode tersebut, peneliti harus menjadi bagian dari komunitas yang sedang diteliti. Ada salah seorang informan yang ketika menjawab pertanyaan-pertanyaan wawancara, peneliti merasa bahwa jawaban itu bukan yang sebenarnya. Bisa jadi informan itu menjawab demikian untuk menjaga citra dirinya.

Akan tetapi, metode *ethnography* selain memakan waktu yang cukup lama, juga secara tidak disadari peneliti menjadi sedikit subyektif dalam menilai sesuatu yang berkaitan dengan MTC Jatim. Sehingga, untuk penelitian lanjutan dapat mengkombinasikan metode ini dengan metode lain untuk meminimalkan subyektivitas peneliti. Bisa digabung dengan kuisioner, *focus group discussion* atau metode lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, David A., 1996, *Building Strong Brands*, The Free Press.

Algesheimer, René, Utpal M. Dholakia, dan Andreas Herrmann, 2005, The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs, *Journal of Marketing*, Vol. 69: 19-34.

Bender, Thomas, 1978, *Community and Social Change in America*, Rutgers University Press.

Durkheim, Émile, 1893, *The Division of Labor in Society*, The Free Press.

Efferin, Sujoko, 2010, Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif-Interpretif di Bidang Akuntansi, *Proc. Kolokium dan Seminar Nasional Program M.Si dan Doktor*, Universitas Gadjah Mada, p. 1-10.

Efferin, Sujoko, Stevanus Hadi Darmadji, dan Yuliawati Tan, 2008, *Metode Penelitian Akuntansi: Mengungkap Fenomena dengan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Cetakan Pertama, Graha Ilmu.

Herdiansyah, Haris, 2010, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.

Kusumasonjaya, Sony, 2005, Brand Community: Strategi Penciptaan Customer Value melalui Hubungan Emosional antara Merek dan Pelanggannya, *Majalah Ekonomi*, Tahun XV, No.3, Desember 2005, p. 315-326.

McMillan, David W., dan David M. Chaviz, 1986, Sense of Community: A Definition and Theory, *Journal of Community Psychology*, Vol. 14: 6-22.

Muniz, Albert M., Jr., dan Thomas C. O'Guinn, 2001, Brand Community, *Journal of Consumer Research*, Vol. 27: 412-432.

Neuman, W. Lawrence, 2000, *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 4th Edition, Allyn and Bacon, A Pearson Education Company.

Swa, 2010, *Survei Komunitas 2010: Strategi Bisnis dan Komunitas Karyawan*, 24 November 2010, p. 68-71.

Thompson, Scott A., dan Rajiv K. Sinha, 2008, Brand Communities and New Product Adoption: The Influence and Limits of Oppositional Loyalty, *Journal of Marketing*, Vol. 72: 65-80.

Tönnies, Ferdinand, 1887, *Community and Civil Society*, Cambridge University Press.

www.iict.or.id, diunduh pada tanggal 5 April 2011.

www.mediaindonesia.com, diunduh pada tanggal 27 April 2011.

www.mtc-w123ina.com, diunduh pada tanggal 15 Oktober 2010.